

Lampiran Penelitian

**HUBUNGAN POLA MENONTON SINETRON KENDAMA AN
DI TELEVISI DENGAN PENGAMATAN ELAKHA
MASYARAKAT DI KOTA MEDAN**

Peneliti

Ahmad Thamrin Silkumbang

Konsultan

Dr. Alrasyid, M.Ag



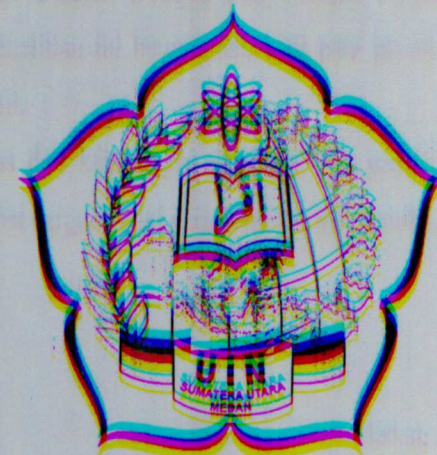
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
MASYARAKAT (LP2M)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2016**

Laporan Penelitian

HUBUNGAN POLA MENONTON SINETRON KEAGAMAAN
DI TELEVISI DENGAN PENGAMANAN AGAMA
MASYARAKAT DI KOTA MEDAN

Peneliti
Ahmad Thamrin Sikumbang

Konsultan
Dr. Alrasyid, M.Ag



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
MASYARAKAT (LP2M)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2016

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis ucapkan karena penelitian ini telah rampung peneliti lakukan. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad saw, semoga kelak kita semua mendapat syafaatnya. Amin.

Penelitian ini tentu banyak menemukan hambatan dan halangan dalam penelusuran berbagai sumber buku bacaan yang dianggap sebagai buku premier, namun karena keseriusan yang sangat dalam dari lubuk hati yang paling dalam, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dalam waktu yang sangat relative panjang dari waktu yang telah ditentukan.

Semoga penelitian yang sangat sederhana ini mengenai **Hubungan Pola Menonton Sinetron Keagamaan Di Televisi Dengan Pengamanan Agama Masyarakat Di Kota Medan**. Dan semoga penelitian ini bermanfaat, bagi para peneliti yang lain yang tertarik dengan judul penelitian ini.

Akhirnya, terlepas dari kekurangan dan kelebihan penelitian ini, penulis harapkan semoga penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca dan penulis sendiri.

Medan, 30 September 2016

Ahmad Thamrin Sikumbang

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN HASIL PENELITIAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Teori Penggunaan dan Kepuasan	6
B. Hasil Penelitian Terdahulu	18
C. Pengertian Konsep dan Kerangka Konsep	43
D. Hipotesis	44
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Metode Penelitian	45
B. Populasi dan Sampel	45
C. Sumber Data	47
D. Instrumen Pengumpul Data	47
E. Teknik Analisis Data	48
BAB IV : POLA MENONTON SINETRON KEAGAMAAN DI TELEVISI	49
A. Analisis Isi Sinetron Keagamaan di Televisi	49

B. Profil Responden Penelitian lapangan..	54
C. Pola Menonton Sinetron	58
D. Pengamalan Agama Responden	68
BAB V : HUBUNGAN POLA MENONTON SINETRON KEAGAMAAN DENGAN PENGAMALAN AGAMA	75
A. Persyaratan Analisis	75
B. Pengujian Hipotesis	75
C. Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran-saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN: 1. Angket	90
2. Hasil Pengujian Reliabilitas Angket	94
3. Hasil Pengujian Hipotesis	96
14. Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan	81
15. Jumlah Waktu Menonton TV Berdasarkan Tingkat Pendidikan	82
16. Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	83
17. Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Berdasarkan Jenis Pekerjaan	84
18. Waktu Yang Digunakan Menonton Sinetron Berdasarkan Tingkat Pendidikan	85
19. Jumlah Menonton Sinetron Keagamaan & TV Berdasarkan Tingkat Pendidikan	86
20. Jumlah Menonton Sinetron Keagamaan & TV Berdasarkan Jenis Pekerjaan	87
21. Pengamalan Suku Responden	88
22. Jumlah Waktu Menonton & Agama Berdasarkan Tingkat Pendidikan	89
23. Tingkat Usia	90
24. Keagamaan Berdasarkan	91
25. Sikap Hormat Kepada Yang Lebih Tua	92

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1	Rangkuman Hasil Analisis Isi Terhadap Sinetron Keagamaan di Televisi	52
2	Jenis Kelamin Responden	53
3	Suku Responden	53
4	Usia Responden	56
5	Tingkat Pendidikan Responden	56
6	Pekerjaan Tetap Responden	57
7	Jumlah Waktu Menonton Televisi	58
8	Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Di Televisi	59
9	Jumlah Waktu Menonton TV Berdasarkan Usia	60
10	Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Di TV Berdasarkan Usia	61
11	Jumlah Waktu Menonton TV Berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
12	Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Di TV Berdasarkan Tingkat Pendidikan	63
13	Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Di TV Berdasarkan Jenis Pekerjaan	64
14	Waktu Yang Digunakan Menonton Sinetron Di TV	65
15	Temas Menonton Sinetron Keagamaan di TV	66
16	Tujuan Menonton Sinetron Keagamaan di TV	67
17	Pengamalan Salat Responden	68
18	Jumlah Waktu Membaca Alquran	69
19	Jumlah Waktu Membaca Alquran Berdasarkan Tingkat Usia	70
20	Kegiatan Bersedekah	71
21	Sikap Hormat Kepada Yang Lebih Tua	71

22	Sikap Sayang Kepada Yang Lebih Muda	72
23	Sinetron Keagamaan Yang Paling Disukai	73
24	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	78

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi dipandang dapat memberi pengaruh kepada penontonnya, yaitu dengan cara memberikan perhatian yang lebih besar kepada sesuatu isu dan mengabaikan isu yang lain. Penonton akan lebih tahu tentang hal-hal yang banyak disiarkan melalui televisi, dan mereka akan bersikap dan bertindak laku sesuai dengan apa yang diketahui dan diyakininya sebagai sesuatu yang benar.

Abelman¹ menemukan bahwa penontonan siaran keagamaan di televisi mempunyai hubungan yang kuat dengan keyakinan dan pengamalan agama seseorang. Semakin sering seseorang menonton siaran keagamaan di televisi maka cenderung semakin kuat keyakinan dan pengamalan agamanya. Dengan demikian, penayangan sinetron keagamaan di televisi, dipandang sebagai salah satu alternatif untuk meningkatkan pengamalan agama masyarakat.

Sejalan dengan itu, beberapa stasiun televisi nasional di Indonesia sa'at ini banyak menyiarkan sinetron keagamaan yang

¹Abelman, R. 'Religious Television Uses and Gratifications'. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 31 (3): 293-307, 1987.

sangat menarik, dan nampaknya digemari seluruh golongan dan tingkat usia. Tidak kurang dari 32 judul sinetron keagamaan yang disiarkan di berbagai stasiun televisi setiap minggunya, dengan 44 kali tayangan. Seperti ; Perut membusuk hingga ajal, Kehendak Mu, Rahasia Ilahi, Hidayah dalam kubur, Jalan keadilan (TPD), Anak taqwa, Ridho Allah, Cahaya kemenangan (TVRI), Suratan takdir, Iman, Jalan takwa (SCTV), Jalan ke surga, Naudzubillah mindzalik, Musyafir (ANTV), Sulaiman, Misteri Ilahi (Indosiar), Insyaf, Hidayah, Taubat (Trans TV), Kusebut nama mu, Pintu hidayah (RCTI) dan sebagainya.²

Menurut hasil pengamatan sementara, sinetron keagamaan tersebut amat disukai masyarakat termasuk di kota Medan. Medan yang berpenduduk sekitar 2.006.142 orang tersebut, sekitar 93,15 % di antaranya selalu menonton televisi, dengan jumlah pesawat televisi sekitar 585.839 unit.³ Dengan demikian, diduga mayoritas penduduk Medan telah menonton berbagai sinetron keagamaan dimaksud.

Namun sejauh ini tidak dapat diketahui, bagaimana hubungan pola penontonan sinetron keagamaan dengan pengamalan agama masyarakat di Kota Medan. Apakah dengan menonton sinetron keagamaan di televisi, dapat meningkatkan

²Dalam Minggu Bintang, Minggu Ketiga, Februari 2006: 14-16

³Badan Pusat Statistik Kota Medan. *Medan Dalam Angka, medan In Figures*. Kerjasama BPS dengan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Medan, 2004.

pengamalan agama seseorang, atau tidak sama sekali. Untuk menjawab persoalan ini, maka perlu dibuat penelitian dengan judul seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

Secara umum masalah dalam penelitian ini ialah bagaimanakah hubungan pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat di Kota Medan? Sedangkan secara khusus masalah dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Bagaimanakah penayangan sinetron keagamaan di televisi?
2. Bagaimanakah pola menonton sinetron keagamaan di kalangan masyarakat Kota Medan?
3. Bagaimanakah pengamalan agama masyarakat Kota Medan?
4. Apakah ada hubungan yang signifikan dan positif di antara pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat Kota Medan?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat di Kota Medan. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana penayangan sinetron keagamaan di televisi.
2. Mengetahui pola menonton sinetron keagamaan di kalangan masyarakat Kota Medan.
3. Mengetahui bagaimana pengamalan agama masyarakat Kota Medan, yang meliputi pengamalan shalat, membaca al-Qur'an, dan bersedekah.
4. Memastikan bagaimana hubungan di antara pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat Kota Medan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut :

1. Menjadi bahan masukan bagi pengelola sinetron keagamaan di televisi dalam upaya melahirkan sinetron keagamaan yang bermutu dan menarik minat masyarakat untuk menontonnya.
2. Dapat menjadi bahan masukan bagi pemilik stasiun televisi dalam upaya mengoptimalkan fungsi sinetron keagamaan di televisi bagi peningkatan pengamalan agama masyarakat.
3. Dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan terutama yang terkait dengan hubungan pola menonton sinetron

keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini dibagi kepada enam bab, dan setiap terdiri dari beberapa pasal. Bab I merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II adalah tinjauan pustaka yang berisikan teori penggunaan dan kepuasan, hasil penelitian terdahulu, pengertian konsep dan kerangka konsep serta hipotesis.

Bab III adalah tentang metodologi penelitian yang berisikan metode penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpul data dan teknik analisis data.

Bab IV adalah pola menonton sinetron keagamaan di televisi yang berisi analisis isi sinetron keagamaan di televisi, profil responden penelitian lapangan, pola menonton sinetron dan pengamalan agama responden.

Bab V adalah tentang hubungan pola menonton sinetron keagamaan dengan pengamalan agama. Bab V ini memuat persyaratan analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian. Bab VI merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

Thurman, J. W. *Theories of Human Communication* (California: Wadsworth Publishing Company, 1997)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A: Teori Penggunaan dan Kepuasan

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Uses and gratifications theory* (Teori penggunaan dan kepuasan) dan *Uses and effects theory* (Teori penggunaan dan efek) yang bersumber dari McQuail dan Windahl.¹ Secara umum teori *Uses and gratifications* berpandangan bahwa individu atau khalayak menggunakan media massa termasuk televisi adalah untuk memenuhi keperluan-keperluan tertentu yang dapat memberikan kepuasan bagi mereka.² Karena itu media massa dalam hal ini sinetron keagamaan di televisi akan ditonton oleh seseorang apabila dipandang menarik dan perlu ditonton serta dapat memberikan kepuasan bagi penontonnya. Apabila tidak, maka sinetron keagamaan tersebut akan ditinggalkan oleh pemirsa, dan mereka beralih kepada yang lain yang dapat memberikan kepuasan kepada mereka.

Sedangkan teori *Uses and effects* berpandangan bahwa penggunaan media massa dalam hal ini sinetron keagamaan di

¹McQuail, D. & Windahl, S. *Communication Models for the Study of Mass Communication* (London: Longman, 1981), 79-80.

²Littlejohn, S.W. *Theories of Human Communication* (California: Wadsworth Publishing Company, 1989).

televisi dapat memberi efek atau pengaruh kepada penonton, baik pengaruh yang ditimbulkan oleh isi media maupun pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan medianya itu sendiri, atau juga akibat kedua-duanya (media dan isi media).³ Karena itu, menonton sinetron keagamaan di televisi dipandang dapat memberi pengaruh kepada pengamalan agama seseorang. Pengaruh itu dapat bersifat positif dan dapat juga bersifat negatif. Pengaruh yang bersifat positif ialah semakin banyak menonton maka semakin tinggi pengamalan agamanya. Sedangkan pengaruh yang bersifat negatif ialah semakin banyak menonton maka semakin rendah pengamalan agamanya akibat terlalu banyak waktu yang tersita untuk menonton sinetron tersebut.

Teori penggunaan dan efek ini pada awalnya diperkenalkan oleh Klapper⁴ yang antara lain mengembangkan pendapat sebagai berikut:

1. Media massa pada lazimnya tidak memberikan efek yang cukup besar dan penting kepada khalayak, tetapi faktor perantara lebih penting.
2. Faktor-faktor perantara ini menjadi salah satu agen komunikasi massa, tetapi bukan satu-satunya sebagai faktor penguatan suatu keadaan.

³ McQuail, D. & Windahl, S. *Communication Models for the Study of Mass Communication* ... h. 79-80.

⁴ Klapper, J.T. *The Effect of Mass Communication* (New York: The Free Press, 1961).

3. Ketika media massa melakukan fungsinya sebagai agen perubahan, akan terjadi salah satu dari dua keadaan berikut: (1) faktor-faktor perantara dalam keadaan lemah sehingga efek media massa menjadi langsung, (2) faktor-faktor perantara mempunyai posisi yang kuat sehingga efek media massa tidak menjadi langsung.

4. Kekuatan media massa baik sebagai hiburan, sumber informasi atau agen perubahan dipengaruhi oleh berbagai aspek media dan komunikasi atau oleh suasana komunikasi, seperti aspek-aspek organisasi, sifat-sifat sumber dan media dan lain-lain.⁵

Menurut Klapper⁶ (1960:16-43), ada lima faktor perantara yang dapat mempengaruhi khalayak, yaitu:

1. Kecenderungan individu atau khalayak
2. Kelompok dan norma-norma yang dimiliki
3. Penyebaran isi media massa melalui komunikasi interpersonal
4. Pendapat pemimpin
5. Sifat media massa yang berkembang dalam suatu masyarakat yang menganut sistem pasar bebas.

⁵ibid, h. 8.

⁶ibid, h. 16-43.

Dalam mengukur efek media, Klapper lebih banyak mempertimbangkan efek isi media massa, sedangkan efek akibat penggunaan media massa sedikit dipertimbangkan. Dalam penelitian-penelitian terkini, penggunaan media juga ternyata banyak menimbulkan efek terhadap khalayak. Karena itu, teori efek media massa yang dikemukakan Klapper pada tahun 1960-an itu dipandang kurang sempurna.

Di samping Klapper, Littlejohn juga berpendapat bahwa dalam mengukur efek media massa, faktor-faktor perantara harus diperhitungkan. Menurutny, dua di antara faktor perantara yang paling penting ialah:

1. Kelompok atau efek interpersonal
2. Pemilihan individu atau masyarakat⁷

Hasil kajiannya menunjukkan bahwa khalayak cenderung bersifat selektif dalam penerimaan informasi. Khalayak dalam hampir semua keadaan memilih informasi yang sesuai dengan sikap dan kerangka pedoman mereka. Kelompok seperti keluarga dan orangtua, juga merupakan faktor perantara yang dapat mengimbangi efek media televisi terhadap anak-anak, baik melalui komunikasi antar individu, maupun melalui sikap dan perbuatan.

⁷Littlejohn, S.W. *Theories of Human Communication*, h. 273.

Anderson,⁸ membedakan efek media kepada dua bagian, yaitu efek langsung dan efek tidak langsung. Efek langsung ditandai oleh kesegeraan suatu efek media yang meliputi dua komponen, yaitu:

- 1: Jumlah penggunaan media sampai timbul efek media
- 2: Lama bertahan suatu efek media

Komponen pertama membedakan antara efek dari satu kali penggunaan media dengan efek yang timbul akibat penggunaan media yang berulang-ulang. Misalnya, penayangan image-image tertentu secara berulang-ulang dapat menimbulkan suatu image atau nilai-nilai itu kepada khalayak. Efek media seperti ini masih termasuk kepada efek secara langsung. Komponen kedua ditentukan oleh lama tidaknya sesuatu efek media itu dapat bertahan pada diri individu atau khalayak.

Dengan demikian efek langsung media massa dapat difahami berdasarkan tiga dimensi. Dimensi pertama ialah penggunaan isi media yang membentuk tingkah laku tertentu. Kedua ialah jumlah penggunaan media massa sampai memunculkan efek tertentu. Ketiga ialah lamanya suatu efek media massa dapat bertahan pada diri individu atau khalayak.

⁸Anderson, J.A. dan Meyer: *Mediated Communication: A Social Action Perspective* (California: Sage Publication), h. 161-163:.

Efek secara tidak langsung ialah efek yang bukan secara langsung diakibatkan oleh media massa. Misalnya, apabila seseorang menonton televisi, berarti dia tidak lagi melakukan aktivitas lain yang bermanfaat. Namun apabila mereka tidak menonton televisi, belum tentu mereka menggunakan waktu yang ada itu untuk melakukan aktivitas-aktivitas lain yang bermanfaat bagi dirinya dan masyarakat.

Di samping itu, penganalisaan efek media perlu memperhitungkan hal-hal sebagai berikut:

1. Memperkirakan kesesuaian antara isi media dengan efek yang timbul
2. Mengontrol penggunaan media di kalangan khalayak. Namun hal ini sering menimbulkan masalah atau hambatan dalam pengukuran efek media kepada khalayak, sebab ada khalayak yang menonton televisi tanpa memberi perhatian atau tanpa adanya motivasi tertentu.
3. Memperkirakan efek dari media. Berbagai jenis efek dapat timbul. Perlu dipastikan efek yang mana di antara efek-efek yang ada, timbul akibat fungsi-fungsi media.
4. Meneliti keadaan yang timbul selama proses penggunaan media. Misalnya, jika seorang peneliti mendapati bahwa anak-anak yang menonton sendirian akan menonton lebih lama, maka dapat dibuat anggapan bahwa anak-anak yang menonton televisi sendirian (tanpa teman yang mengontrol

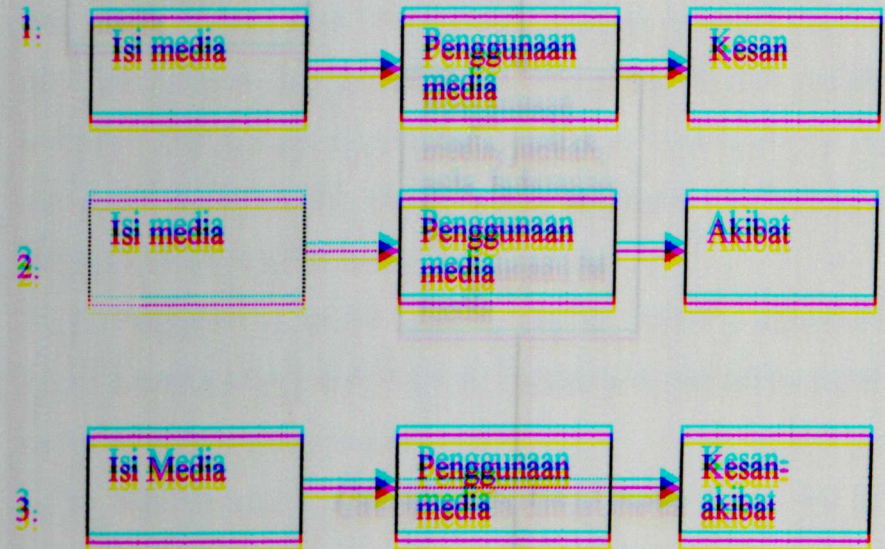
seperti orangtua dan orang dewasa lainnya), menghabiskan waktu yang lebih lama untuk menonton televisi dibandingkan dengan anak-anak yang menonton bersama orangtua dan orang dewasa lainnya.

Menurut McQuail dan Windahl,⁸ terdapat beberapa bentuk efek akibat penggunaan media massa, yaitu:

1. Pada kebanyakan efek media massa, isi media menentukan efek. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dipandang sebagai faktor pendukung. Hasil dari proses ini disebut dengan istilah 'kesan'.
2. Dalam banyak proses, efek media massa lebih banyak mengutamakan penggunaan media dibandingkan dengan isi media massa. Penggunaan media dapat menggeser, mencegah dan mengurangi aktivitas-aktivitas lain. Efek yang timbul akibat penggunaan media ini disebut dengan istilah 'akibat'.
3. Satu efek sebahagian ditentukan oleh isi media dan sebahagian lagi ditentukan oleh penggunaan media massa, kedua-duanya berarti menimbulkan efek tertentu. Ini disebut dengan istilah 'kesan = akibat'.

⁸McQuail, D. & Windahl, S. *Communication Models for the Study of Mass Communication*..... h. 82.

Ketiga kombina efek media massa ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Efek media massa seperti ini dapat ditemui baik pada tingkat individu atau pada tingkat kelompok dan masyarakat. Model penggunaan dan efek dari McQuail dan Windahl ini merupakan gabungan antara teori efek dan teori penggunaan dan kepuasan. Model penggunaan dan efek ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Keputusan
menggunakan
media dan isi
media

Penggunaan
media, jumlah,
pola, hubungan
dan cara
penggunaan isi
media

Ciri-ciri media dan isi media

Efek pada tingkat individu

Kesan

Akibat

Kesan = akibat

Terutama
disebabkan
oleh ciri-
ciri media

Terutama
disebabkan
oleh isi
media

Disebabkan
isi dan
penggunaa
n media

Efek terhadap peringkat lain selain daripada peringkat
individu

Di samping teori penggunaan dan efek, dalam penelitian ini juga digunakan teori penggunaan dan kepuasan. Tokoh yang sering dihubungkan dengan teori penggunaan dan kepuasan ialah Blumler dan Katz.¹⁰ Mereka telah menggariskan sejumlah pendapat inti dari teori penggunaan dan kepuasan ini. Walaupun ditemui banyak perbedaan dari segi pendekatan dan pengukuran keperluan individu dan fungsi media massa, namun teori penggunaan dan kepuasan didasarkan kepada suatu pendapat umum, yaitu:

1. Penggunaan media massa adalah untuk memenuhi keperluan-keperluan tertentu. Keperluan-keperluan itu dapat membangun lingkungan sosial.
2. Individu atau khalayak memilih jenis media massa dan isi media massa yang dapat memenuhi keperluan-keperluan mereka. Audien mempunyai kekuasaan yang lebih besar untuk memilih media dan isi media dibandingkan dengan kekuasaan media massa untuk mempengaruhi mereka.
3. Ada sumber-sumber lain selain media massa yang dapat memberi kepuasan kepada individu, dan media massa harus bertanding dengan sumber-sumber tersebut. Contohnya: keluarga, teman-teman, tidur, obat dan aktivitas-aktivitas lain yang dapat mengisi waktu luang.

¹⁰ Lihat Littlejohn, S.W.: *Theories of Human Communication*....

4. Audien sadar akan keperluan itu, dan mereka juga mempunyai alasan kenapa mereka menggunakan media massa tertentu.

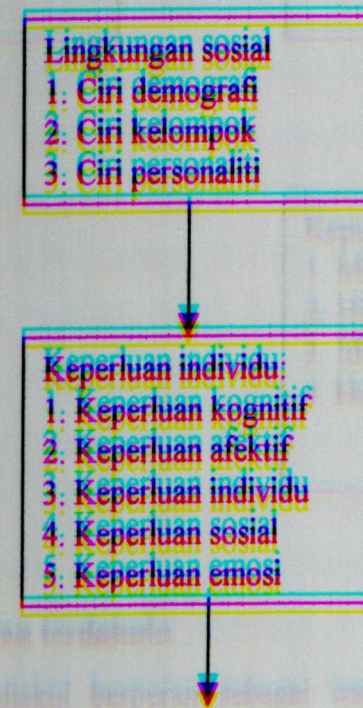
Model penggunaan dan kepuasan bermula dari lingkungan sosial yang menentukan keperluan audien. Lingkungan sosial meliputi ciri-ciri demografi, ciri kelompok dan ciri individu. Keperluan-keperluan audien itu meliputi keperluan kognitif, afektif dan hubungan sosial. Keperluan-keperluan itu dapat dipenuhi oleh sumber-sumber lain selain media massa, seperti teman, keluarga, hobbi, tidur dan obat. Namun pendekatan kepada media massa juga dapat memenuhi kepuasan tersebut.

Katz et al. membagi keperluan-keperluan audien dalam kaitannya dengan media massa kepada lima kategori, yaitu sebagai berikut:

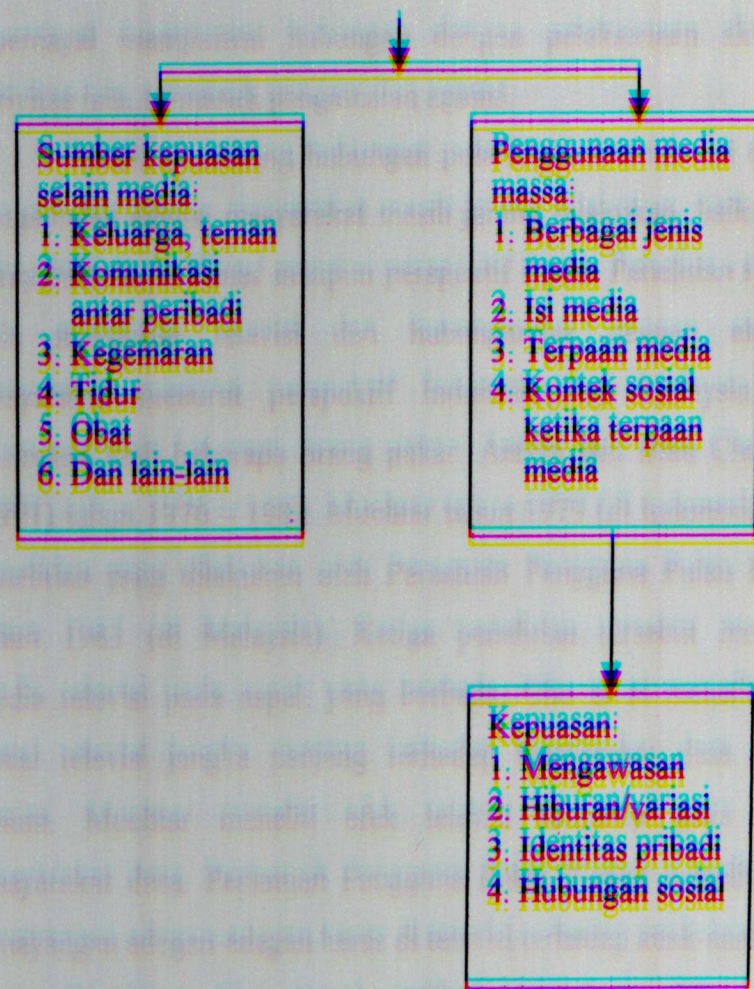
1. Keperluan kognitif, yaitu keperluan akan informasi, pengetahuan dan pemahaman tentang lingkungan.
2. Keperluan afektif, yaitu keperluan-keperluan yang berhubungan dengan keindahan, kesenangan dan pengalaman-pengalaman kerohanian.
3. Keperluan individu, yaitu keperluan yang dapat memperkuat rasa percaya kepada diri sendiri, kesetabilan dan status peribadi (maruah dan harga diri).

4. **Keperluan menjalin hubungan sosial, yaitu keperluan yang dapat meningkatkan hubungan akrab dengan keluarga, dengan teman-teman dan masyarakat luas.**
5. **Keperluan untuk kesenangan dan kenikmatan¹¹**

Model penggunaan dan kepuasan ini secara ringkas dapat digambarkan sebagai berikut:

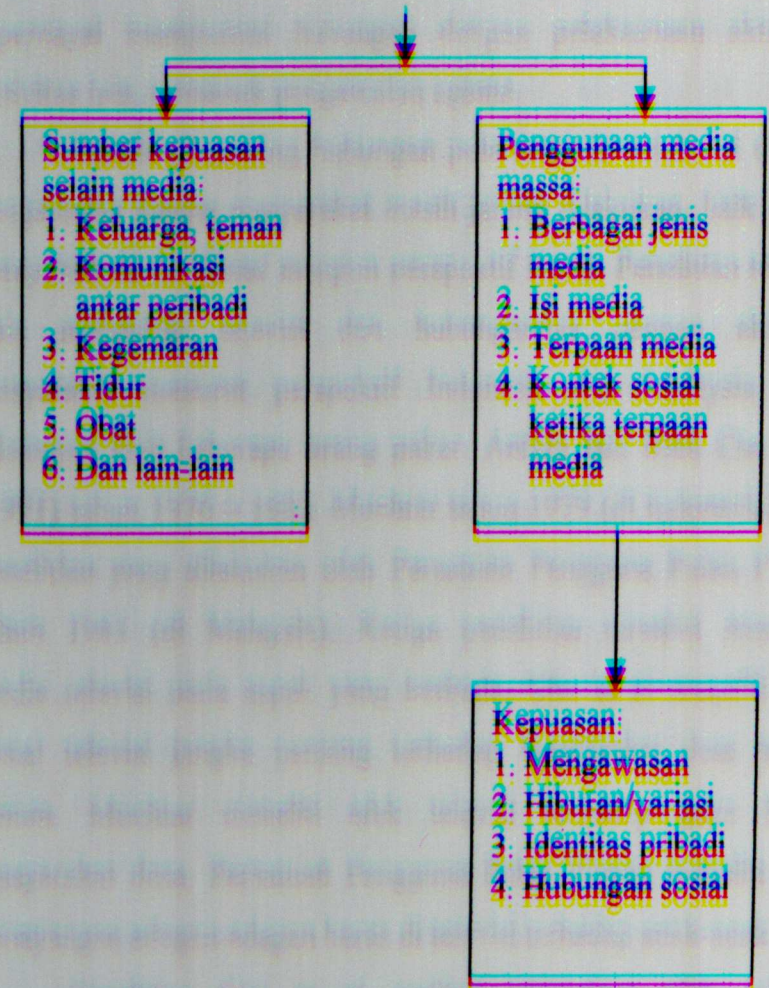


¹¹Katz, E., Blumler, G. & Gurevitch, M. 'Uses of Mass Communication by Individual'. Dalam Davison, W.P. & Yu, F. *Mass Communications Research: Major Issues and Future Directions* (New York: Praeger Publisher, 1974).



B. Hasil penelitian terdahulu

Televisi diakui berperan sebagai wadah yang berpotensi besar untuk membentuk sikap, kebiasaan, pemahaman dan aspek-aspek tingkah laku penonton. Televisi senantiasa menarik minat masyarakat untuk menonton. Aktivitas menonton televisi



B. Hasil penelitian terdahulu

Televisi diakui berperan sebagai wadah yang berpotensi besar untuk membentuk sikap, kebiasaan, pemahaman dan aspek-aspek tingkah laku penonton. Televisi senantiasa menarik minat masyarakat untuk menonton. Aktivitas menonton televisi

dipercayai mempunyai hubungan dengan pelaksanaan aktivitas-aktivitas lain, termasuk pengamalan agama.

Penelitian tentang hubungan pola menonton televisi dengan pengamalan agama masyarakat masih jarang dilakukan, baik dalam perspektif dunia Timur maupun perspektif Barat. Penelitian tentang pola menonton televisi dan hubungannya dengan aktivitas masyarakat menurut perspektif Indonesia dan Malaysia telah dilakukan oleh beberapa orang pakar. Antara lain ialah Chu et al (1991) tahun 1976 = 1982; Muchtar tahun 1979 (di Indonesia), dan penelitian yang dilakukan oleh Persatuan Pengguna Pulau Pinang tahun 1983 (di Malaysia). Ketiga penelitian tersebut mengkaji media televisi pada aspek yang berbeda. Chu et al meneliti efek sosial televisi jangka panjang terhadap masyarakat desa secara umum. Muchtar meneliti efek televisi terhadap gaya hidup masyarakat desa. Persatuan Pengguna Pulau Pinang meneliti efek penayangan adegan-adegan keras di televisi terhadap anak-anak.

Penelitian Chu et al melihat bagaimana efek televisi terhadap pengamalan agama, nilai-nilai, aspirasi, budaya, ekonomi dan pembangunan masyarakat pedesaan di Indonesia. Sebanyak 2.248 responden telah diambil sebagai sampel dari lima propinsi di Indonesia, yaitu Propinsi Aceh di Sumatera Bagian Utara, Bali, Kalimantan Barat, Sulawesi Utara dan Sulawesi Selatan. Responden diambil dari jenis desa yang berbeda. Mereka antara lain menemukan bahwa televisi telah mengurangi waktu membaca

Alqur'an dan mendengar ceramah agama. Sebelum televisi diperkenalkan di Indonesia, responden menyatakan bahwa membaca Alqur'an dan mendengar ceramah agama adalah pengisi utama waktu lapang mereka. Setelah televisi ada, hanya sebahagian kecil responden yang banyak menonton televisi menyatakan bahwa membaca Alqur'an dan mendengar ceramah agama sebagai pengisi waktu kosong mereka, sedangkan mayoritas responden yang tidak menonton televisi menyatakan bahwa membaca Alqur'an dan mendengar ceramah agama adalah aktivitas utama dalam mengisi waktu kosong.¹²

Muchtar menemukan bahwa menonton televisi membuat anak-anak malas belajar dan bekerja, lambat tidur dan lambat bangun, akibatnya lambat pergi ke sekolah. Persatuan Pengguna Pulau Pinang meneliti efek penayangan adegan-adegan keras di televisi terhadap anak-anak. Sebanyak 50 orang anak-anak usia 5 = 12 tahun dan 40 orangtua dari tingkat ekonomi dan daerah yang berbeda di Pulau Pinang diwawancarai oleh peneliti. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa anak-anak menonton televisi selama dua hingga tiga jam sehari pada hari biasa, dan tiga hingga empat jam sehari pada hari Minggu. Menonton televisi telah menjadi sebahagian dari aktivitas penting bagi kehidupan anak-anak di Malaysia, dan merupakan satu acara untuk menghabiskan

¹²Chu, G.C.; Alfian dan Schramm, W. *Social Impact of Satellite Television in Rural Indonesia* (Singapore: AMIC).

waktu yang paling menarik. Televisi juga menjadi media massa nomor tiga yang paling banyak menghabiskan waktu, selain bekerja dan tidur.¹³

Penelitian tentang efek televisi terhadap masyarakat dalam perspektif Barat telah banyak dilakukan oleh para ahli dalam berbagai bidang. Antara lain ialah mengenai pengaruh pengawasan orangtua terhadap pola menonton televisi anak-anak, hubungan antara menonton televisi dengan tingkah laku seseorang, efek televisi terhadap kemampuan membaca, menulis, matematik dan tingkah laku di dalam kelas, efek televisi terhadap aktivitas seseorang, dan efek televisi terhadap aktivitas membaca dan aktivitas bermain.

Gross dan Walsh meneliti tentang pengaruh orang tua terhadap pola menonton televisi di kalangan anak-anak. Dalam penelitian ini mereka berusaha mengungkapkan bagaimana orangtua dapat mempengaruhi pola menonton televisi di kalangan anak-anak mereka. Sebanyak 100 responden di Los Angeles Amerika Serikat mereka jadikan sebagai sampel dan ditanyai dalam serangkaian wawancara. Mereka menemukan bahwa anak-anak dari keluarga yang mempunyai beberapa pesawat televisi, diizinkan untuk menonton lebih banyak program televisi untuk orang dewasa. Di samping itu, orang hanya mempunyai sedikit waktu untuk

¹³ Muchtar, R. *Effects of Television on North Sulawesi Village Community* (Honolulu: Hawaii, 1976).

menonton bersama anak-anak, dan mereka lebih jarang menanyakan program apa yang ditonton oleh anak-anak. Anak-anak pun jarang menceritakan kepada orangtua tentang program yang mereka tonton, dan semua anggota keluarga merasakan bahwa anak-anak terlalu banyak menonton televisi.¹⁴

Hasil penelitian mereka juga menunjukkan bahwa orangtua yang banyak menonton televisi akan mempunyai anak-anak yang juga banyak menonton televisi. Namun demikian, orangtua lebih banyak menghabiskan waktu menonton televisi bersama anak-anak dan lebih sering menanyakan apa program yang mereka tonton. Hasil penelitian mereka juga menunjukkan bahwa orangtua lebih mempengaruhi pola menonton televisi anak-anak jenis kelamin perempuan dibandingkan dengan pola penontonan anak laki-laki. Anak-anak perempuan diberi pengawasan pola penontonan televisi yang lebih ketat. Namun mereka tidak memberikan alasan kenapa mereka berbuat demikian.

Streicher dan Bonney meneliti cara anak-anak menonton televisi serta pengawasan orangtua terhadap pola penontonan televisi serta jumlah waktu menonton televisi anak-anak. Dua kelompok anak-anak yang berusia antara 6 = 12 tahun

¹⁴Gross, L.S dan Walsh, R.P. Factors Affecting Parental Control Over Children's Television Viewing: A Pilot Study. *Journal of Broadcasting* 24 (3): 411-419, 1980.

diwawancarai pada kelompok kecil antara 4 = 5 orang agar anak-anak tidak saling mempengaruhi antara satu sama lain.

Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa laki-laki lebih menyukai film kartun dibandingkan dengan perempuan. Hampir semua anak-anak laki-laki memilih kartun sebagai program paling disukai. Kesukaan kepada kartun akan berkurang ketika usia mereka semakin bertambah, baik di kalangan anak laki-laki maupun di kalangan anak perempuan.

Di kalangan anak perempuan dari semua tingkat usia, program komedi sangat disukai. Program yang kurang disukai anak-anak adalah berita dan diskusi. Pada umumnya anak-anak melaporkan bahwa mereka dibiarkan menonton televisi oleh orangtua mereka. Anak-anak dilarang menonton televisi hanya ketika makan malam dengan keluarga dan ketika tidur.

Alexander et al. meneliti jumlah waktu menonton televisi anak-anak menurut perkiraan anak-anak dan orangtua. Sebanyak 420 orang anak-anak kelas dua, lima dan delapan dijadikan sebagai sampel penelitian. Mereka disuruh mengisi sebuah buku harian penontonan televisi pada waktu sore dan malam selama satu minggu, ini dilakukan selama tiga kali dalam waktu yang berbeda,

yaitu pada bulan Nopember 1975, pada bulan Januari 1976, dan pada bulan April 1976.¹³

Hasil penelitian mereka menunjukkan adanya perbedaan waktu menonton anak-anak menurut perkiraan orangtua dibandingkan dengan menurut perkiraan anak-anak. Anak-anak dari semua tingkat usia memperkirakan bahwa mereka menonton televisi antara 9 = 14 jam seminggu ketika pengumpulan data pertama, kedua dan ketiga dilakukan, sedangkan orangtua memperkirakan bahwa rata-rata waktu menonton televisi anak-anak ialah rata-rata sekitar 26 jam seminggu. Orangtua memperkirakan waktu menonton televisi anak-anak yang lebih muda cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan waktu menonton anak-anak yang lebih tua. Karena itu, terjadi perbedaan jumlah waktu menonton televisi menurut perkiraan orangtua dan perkiraan anak-anak sebanyak 12 = 14 jam seminggu.

Signorielli meneliti hubungan antara pola menonton televisi dengan pelaksanaan pekerjaan rumah berdasarkan jenis kelamin. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa anak laki-laki lebih banyak menonton televisi dibandingkan dengan anak perempuan. Anak laki-laki lebih sering tidak mengerjakan pekerjaan rumah akibat menonton televisi dibandingkan dengan

¹³Alexander, A., Wartella, E., dan Brown, D. Estimates of Children's Television Viewing by Mother and Child. *Journal of Broadcasting* 25 (3): 243-252.

anak perempuan. Dia menyimpulkan terdapat hubungan yang signifikan di antara menonton televisi dengan pelaksanaan pekerjaan rumah. Dalam arti semakin banyak seseorang menonton televisi, maka pekerjaan rumah semakin sedikit dikerjakan.¹⁶

Zuckerman et al meneliti tentang efek televisi terhadap kemampuan akademis pelajar dan tingkah laku mereka di dalam kelas. Dia melihat hubungan antara pola penontonan televisi dengan aktivitas membaca dan tingkah laku di dalam kelas. Penelitian ini dilakukan terhadap 282 anak-anak kelas tiga, empat dan lima di dua buah sekolah untuk masyarakat kelas menengah di daerah pinggiran New Haven, Connecticut Amerika Serikat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa setiap minggu anak-anak menonton televisi antara 1 = 40 jam, dengan rata-rata 15 jam seminggu, sedangkan jumlah waktu rata-rata menonton televisi di kalangan orangtua mereka ialah 10,5 jam seminggu. Program yang ditonton anak-anak ialah kartun, komedi, olah raga, berita, dokumenter dan drama.¹⁷

Hasil penelitian mereka juga menunjukkan bahwa jumlah waktu menonton televisi dan menonton siaran komedi, drama

¹⁶Signorielli, N dan Lears, M. Children, Television and Conception About Chores: Attitudes and Behaviors. *Journal of Sex roles* 27 (3-4): 157-170, 1992.

¹⁷Zuckerman, D.M.; Singer, D.G.; dan Singer, J.L. Television Viewing, Children's Reading and Related Classroom Behavior. *Journal of Communication* 30 (1): 166-173, 1980.

bukan kekerasan, kartun serta program televisi yang bersifat umum, tidak mempunyai hubungan dengan IQ dan kemampuan dan perilaku membaca anak-anak. Hal ini menurut perkiraan Zuckerman et al adalah karena anak-anak hanya menghabiskan sedikit waktu untuk menonton televisi, dengan rata-rata dua jam sehari. Karena itu, banyak waktu yang dapat mereka gunakan untuk belajar membaca.

Fetler pernah meneliti tentang efek menonton televisi terhadap pencapaian akademis. Penelitian dilakukan kepada anak-anak kelas enam Sekolah Dasar di California, Amerika Serikat. Sebanyak 15.385 kuesioner dibagikan kepada anak-anak di 292 buah sekolah. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa anak-anak yang menonton televisi lebih dari enam jam sehari mempunyai prestasi akademis rendah pada tiga kategori yang diteliti, yaitu kemampuan membaca, kemampuan dalam bidang matematik dan kemampuan menulis. Hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa anak-anak yang banyak menonton televisi mempunyai peluang yang lebih besar untuk menonton siaran yang disukai dibandingkan dengan anak-anak yang sedikit menonton televisi. Namun demikian, anak-anak yang banyak menonton televisi cenderung mengerjakan pekerjaan rumah di depan televisi (sambil menonton televisi), dan lebih sering menonton satu siaran secara keseluruhan dibandingkan dengan anak-anak yang sedikit menonton televisi.¹⁸

¹⁸Fetler, M. Television Viewing and School Achievement. *Journal of Communication* 34 (3): 104-118, 1984.

Mutz et al. meneliti bagaimana televisi mengurangi waktu anak-anak untuk mengerjakan aktivitas-aktivitas lain. Mereka menguji data dari satu penelitian panel tentang kehadiran televisi di Afrika Selatan. Penelitian ini mengumpulkan data sebelum dan sesudah televisi diperkenalkan di Afrika Selatan yang dimulai pada tahun 1974 dan berakhir tahun 1981. Sebanyak 1500 orang anak-anak kelas 5 SD hingga kelas 3 SMA telah dijadikan sebagai sampel, dan menggunakan kuesioner.¹⁹

Hasil penelitian Mutz juga menunjukkan bahwa lebih 40 % waktu untuk menonton televisi dialihkan dari aktivitas-aktivitas lain di luar media. Sebab kedatangan televisi hanya mengurangi penggunaan waktu untuk media lain antara 23 = 38 %, dan mengurangi waktu untuk aktivitas-aktivitas lainnya antara 1 = 11 %. Pada waktu yang sama, kehadiran televisi telah menambah jumlah waktu yang digunakan untuk media massa sebanyak 40 = 50 %. Karena itu, televisi dipandang mengurangi sebahagian waktu untuk mengerjakan aktivitas-aktivitas lain.

Hasil penelitian Winn juga menunjukkan bahwa waktu senggang anak-anak lebih banyak digunakan untuk menonton televisi dibandingkan dengan mengerjakan aktivitas-aktivitas lain.

¹⁹ Mutz, D.C.; Roberts, D.F.; dan Viwren, D.V. Reconsidering the Displacement Hypothesis Television's Influence on Children's Time Use. *Journal of Communication Research* 20 (1): 51-75, 1993.

Aktivitas membaca dan kegiatan bermain juga berkurang karena menonton televisi.²⁰

Herzog meneliti tentang alasan-alasan khalayak menggunakan media dengan teknik wawancara mendalam. Beliau menemukan ada tiga alasan, yaitu (1) mendapat kepuasan, (2) terpenuhi keinginan, dan (3) mendapat nasehat. Menurutnya, seseorang ingin mendapat persetujuan dan pengakuan dari orang lain tentang apa yang ia lakukan itu sebagai suatu kebenaran, karena orang lain juga melakukan apa yang ia lakukan. Walaupun hanya berupa siaran di media massa seperti televisi, namun ia yakin bahwa orang lain juga melakukan perbuatan yang sama dengan apa yang ia lakukan.²¹

Di samping itu kajian Syracuse menawarkan sepuluh item jawaban kepada responden yang terkait dengan kepuasan yang mereka peroleh karena menonton televisi, yaitu :

1. Untuk memastikan siapa calon-calon politik yang akan dipilih.
2. Untuk meramalkan siapa calon yang akan berhasil memenangkan pemilihan.

²⁰ Winn, M. Plug-in Drug Television, Children's Responses to Television and Advertising. *Journal of Advertising* 12 (1): 12-18, 1983.

²¹ Herzog, H. *What do We Really Know About Daytime Serial Listeners?* (New York: Duell, Sloan and Pearce, 1944).

3. Untuk membantu siapa yang akan dipilih ketika memberikan suara.
4. Untuk mengingat kekuatan calon.
5. Untuk dijadikan sebagai bahan diskusi dengan orang lain.
6. Untuk mengetahui apa yang akan dilakukan oleh seorang calon apabila berhasil menang.
7. Untuk menikmati suasana hangat ketika pemilihan dilaksanakan.
8. Untuk mengetahui bagaimana pandangan seorang calon tentang sesuatu hal.
9. Untuk mengetahui berbagai komentar tentang pemilihan yang mendukung kepada pendapat calon pemilih.
10. Untuk menerapkan teori-teori yang dipelajari tentang politik dalam pemilihan.

Pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur tingkat kepuasan dan sikap menghindari menggunakan media televisi ini juga telah digunakan dalam penelitian Madison. Peneliti menawarkan 14 alasan kenapa khalayak menggunakan media, yaitu:

1. Untuk mengetahui peristiwa-peristiwa terbaru.
2. Untuk memastikan hal-hal yang penting.
3. Untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat bagi kehidupan.
4. Untuk membantu membentuk pendapat tentang apa yang terjadi di lingkungannya.

5. Untuk membantu membuat keputusan tentang sesuatu hal.
6. Hanya untuk menghabiskan waktu.
7. Untuk mengetahui apa yang terjadi.
8. Untuk hiburan.
9. Sebagai bahan diskusi dengan orang lain.
10. Sebagai bahan diskusi dengan teman.
11. Sebab setuju dengan pendapat editorial.
12. Untuk memperkuat pendapat tentang sesuatu hal.
13. Agar merasa turut terlibat di dalam peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi.
14. Untuk memperoleh informasi tentang kampanye pemilihan umum.

Katz et al. menemukan ada sekitar 14 jenis keperluan khalayak yang bersifat sosial dan psikologi yang terkait dengan media massa, yaitu:

1. Menambah pengetahuan
2. Memahami diri sendiri
3. Menambah kepuasan
4. Menambah pengalaman
5. Meningkatkan hubungan dengan keluarga
6. Memperluas wawasan
7. Menjadi bahan diskusi dengan teman-teman
8. Meningkatkan hubungan dengan teman-teman
9. Meningkatkan pengertian bermasyarakat

10. Memahami sikap bernegara dan ber dunia
11. Meningkatkan kredibilitas dan stabilitas
12. Meningkatkan status sosial dalam masyarakat serta dalam negara
13. Meningkatkan pengalaman budaya dan adat istiadat
14. Meningkatkan saling pengertian²²

Di samping itu, berdasarkan hasil penelitiannya, Katz et al. juga berhasil merumuskan bahwa:

1. Responden menjadikan sumber-sumber selain media massa lebih penting dalam pemenuhan semua keperluan yang diuji oleh peneliti. Sumber-sumber selain media yang dapat memberikan kepuasan itu ialah teman, rekreasi, mengajar dan bekerja.
2. Media massa menjadi sumber penting dalam memberikan kepuasan kepada responden sewaktu seseorang dalam keadaan terasing (sendirian) dan terpisah dari keluarga, teman, masyarakat dan negara.
3. Sebahagian keperluan seperti usaha untuk meningkatkan taraf kehidupan, kepuasan karena menggunakan waktu secara bermanfaat, dan keperluan-keperluan hiburan secara

²²Katz, E., Blumler, G. & Gurevitch, M. 'Uses of Mass Communication by Individual'. Dalam Davison, W.P. & Yu, F. *Mass Communications Research: Major Issues and Future Directions* (New York: Praeger Publisher, 1974).

umum, lebih dapat dipenuhi oleh media massa dibandingkan dengan sumber lain.

4. Responden memilih surat kabar sebagai media yang paling penting untuk mendapatkan informasi tentang negara dan masyarakat, diikuti dengan radio dan televisi, sedangkan buku jarang disebutkan.

5. Keperluan untuk menghabiskan waktu efektif dilakukan oleh televisi, tetapi kurang untuk hiburan. Hiburan lebih efektif dilakukan oleh film dibandingkan oleh televisi.

6. Film dan televisi sangat berguna untuk memenuhi keperluan hubungan sosial, seperti menambah keakraban dan silaturahmi. Tetapi topik-topik pembicaraan dalam hubungan sosial lebih banyak bersumber dari surat kabar dan buku.

7. Responden cenderung menyebutkan televisi sebagai media yang lebih banyak memenuhi keperluan dibandingkan dengan media lain. Film memberikan kepuasan pribadi, dan surat kabar dapat memenuhi keperluan untuk berprestasi dalam masyarakat dan negara.²³

Dalam konteks hubungan sosial, Katz et al. menemukan bahwa televisi paling baik meningkatkan keakraban di antara keluarga, dan film melayani hubungan dengan teman-teman, sedangkan surat kabar berguna untuk keperluan sebagai bahan

²³*Ibid.*

pembicaraan dengan teman-teman. Salah satu kesimpulan penting yang diperoleh dari hasil penelitian Katz et al. ialah adanya sumber-sumber lain yang dapat memberikan kepuasan; seperti teman, keluarga, tidur, obat dan sebagainya. Mereka menemukan bahwa komunikasi antar individu merupakan tandingan yang sangat penting bagi media massa seperti televisi dalam memenuhi keperluan khalayak.

Penelitian Elliot dan Quattlebaum hampir sama dengan penelitian Katz et al. Mereka membuat penelitian perbandingan untuk mengetahui apakah dengan meneliti populasi yang berbeda, waktu yang berbeda, dan menggunakan metodologi yang berbeda, akan menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Katz et al. di Israel. Mereka menambah tiga kepuasan, yaitu majalah, musik, dan teman-teman. Di samping itu, mereka hanya menggunakan 10 dari 35 jenis keperluan yang digunakan dalam penelitian Katz et al.; yaitu:

1. Mengetahui kualitas dari pemimpin kami
2. Mengontrol pelaksanaan tugas-tugas negara
3. Mendapatkan informasi tentang kehidupan sehari-hari
4. Merasa ikut berpartisipasi
5. Untuk menghilangkan rasa kesunyian
6. Mempelajari diri seseorang
7. Menghilangkan ketegangan fikiran
8. Untuk menghindar dari masalah dan ketegangan

9. Merasa terhibur

10. Menghabiskan waktu lapang²⁴

Untuk mengetahui pengelompokan penggunaan media massa tersebut, digunakan analisis faktor. Kelompok pertama meliputi radio dan televisi. Kelompok kedua, majalah dan surat kabar, dan kelompok ketiga meliputi film, buku-buku, musik dan teman-teman. Di samping itu, analisis faktor juga digunakan untuk mengetahui bagaimana keperluan-keperluan itu saling berhubungan satu sama lain. Hasilnya didapati bahwa kelompok pertama terfokus kepada hasrat individu untuk mewujudkan hubungan dengan masyarakat, sedangkan kelompok kedua terkait dengan keperluan yang bersifat individual. Dua di antara keperluan itu tidak dapat digolongkan kepada dua kategori tersebut, yaitu keperluan menghabiskan waktu dan keperluan untuk mempelajari atau mengenal diri sendiri.

Ada lima kesimpulan umum yang dapat diperoleh dari hasil penelitian Elliott dan Quattlebaum. Pertama, adanya unsur kesamaan antara kesimpulan mereka dengan Katz et al. Kedua, media massa mempunyai berbagai fungsi, dan dapat memenuhi berbagai kepuasan. Ketiga, pola penggunaan media massa

²⁴Elliott, W.A. dan Quattlebaum, C.P. Similarities in Pattern of Media Use: A Cluster Analysis of Media Gratifications. *Western Journal of Speech Communication* 43: 61-72, 1979.

konsisten dengan kedua budaya tersebut. Keempat, media massa dikelompokkan berdasarkan biaya, persediaan dan keterlibatan. Kelima, televisi tidak dipandang sebagai pengganti teman-teman, sebagaimana buku dan musik. Mereka menyimpulkan bahwa kelima kesimpulan itu mungkin hanya sesuai bagi populasi tertentu.

Penelitian Johnstone mengenai hubungan media dengan kehidupan individu dan sosial menunjukkan bahwa pemilihan budaya populer dapat mengurangi dan mempengaruhi penggunaan media massa. Johnstone tertarik untuk mengetahui bagaimana remaja menggunakan media. Dia mendapati bahwa semakin bertambah usia remaja, maka mereka semakin sedikit menonton televisi, sebab mereka perlu menjalin hubungan sosial dengan kalangan mereka sendiri.²³

Karena itu, televisi mempunyai hubungan yang negatif dengan masalah ini, sedangkan film, radio dan musik, mempunyai hubungan yang positif. Dia juga menemukan bahwa penonton televisi sangat banyak di kalangan remaja yang merasa kecewa karena terasing dengan teman-teman. Karena itu Johnstone beranggapan bahwa televisi dapat mengurangi hubungan sosial di kalangan khalayak.

Greenberg meneliti tentang anak-anak dan remaja Inggris untuk melihat hal-hal yang terkait dengan penggunaan media dan

²³ Johnstone, J.W. *Social Integration and Mass Media Use Among Adolescents: A Case Study* (Beverly Hills: Sage, 1974).

kepuasan. Sebagai langkah awal, anak-anak Inggris disuruh menulis esei berjudul 'Kenapa saya suka menonton televisi'? Isi esei tersebut dianalisis dan ditemui delapan alasan umum kenapa mereka menonton televisi, yaitu:

1. Untuk menghabiskan waktu
2. Mendapatkan variasi
3. Belajar tentang sesuatu
4. Belajar tentang diri sendiri
5. Menambah kegairahan hidup
6. Istirahat
7. Untuk tujuan persahabatan
8. Karena kebiasaan²⁶

Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa 'faktor kebiasaan' adalah yang paling penting dan paling lazim, dan 'melapangkan pikiran' adalah alasan paling sedikit atau paling jarang disebut. Ketika rata-rata skor dianalisis berdasarkan usia, diketahui bahwa setiap motif tersebut lebih tinggi di kalangan anak-anak dibandingkan dengan kalangan lain. Namun masing-masing faktor mempunyai hubungan dengan variabel penggunaan media massa, sikap agresif, sikap terhadap televisi dan variabel demografi.

²⁶Greenberg. *Gratification of Television Viewing and Their Correlates for British Children* (Beverly Hills, C.A: Sage, 1974).

McLeod dan Becker dalam penelitiannya di Amerika Serikat menyuruh responden duduk dalam ruangan yang luas, dimana terdapat majalah yang berisi informasi tentang peristiwa-peristiwa umum. Satu kelompok diberi tahu bahwa mereka akan diuji tentang situasi yang sedang berkembang di Pakistan. Kelompok kedua diberi tahu supaya menulis sebuah esei tentang tujuan tentera AS datang ke Pakistan, sedangkan kelompok kontrol tidak diberitahu sama sekali tentang apa yang harus mereka lakukan. Hasilnya didapati bahwa kelompok pertama dan kedua menggunakan lebih banyak majalah dibandingkan dengan kelompok kontrol. Kelompok pertama dan kedua juga berbeda dalam bentuk informasi yang dapat mereka ingat kembali dari hasil bacaan tersebut, dan mereka menemukan terdapat perbedaan kognitif dan efektif dalam penggunaan media seperti yang diasumsikan oleh teori penggunaan dan kepuasan.²⁷

Penelitian yang terkait dengan penggunaan televisi yang berorientasi agama dilakukan oleh Abelman di Amerika Serikat. Sebanyak 210 orang responden yang berusia antara 23 = 78 tahun telah diminta mengisi kuesioner yang bertujuan untuk mengukur pola penontonan televisi yang meliputi daya tarik menonton, program yang disukai dan motif menonton televisi. Dia menemukan bahwa rata-rata responden menonton siaran agama di

²⁷McLeod dan Becker: *The Uses and Gratifications Approach* (Newbury Park: Sage, 1981).

televisi selama 2,34 jam sehari. Program agama yang mereka tonton ialah sebagai berikut:

1. Khutbah	3,66 %
2. Berita	3,51 %
3. Percakapan	3,45 %
4. Musik	3,36 %
5. Permainan anak-anak	3,32 %
6. Pelayanan	3,10 %
7. Pengajian	2,42 %
8. Soap opera	2,41 %
9. Drama	2,33 %
10. Permainan	2,25 %
11. Olah raga	1,32 %
12. Film	1,29 % ²⁸

Motivasi mereka menonton siaran agama di televisi ialah sebagai berikut:

1. Mendapatkan informasi	3,84 %
2. Tidak puas dengan siaran televisi komersial	3,77 %

²⁸ Abelman, R. 'Religious Television Uses and Gratifications'. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 31 (3): 293-307, 1987.

3. Untuk mendapatkan bimbingan

keagamaan	3,52 %
4. Sebagai hiburan	3,49 %
5. Menghindari televisi komersial	3,44 %
6. Merasa dekat kepada Tuhan	3,19 %
7. Karena agama penting	2,95 %
8. Dorongan moral	2,79 %
9. Persaudaraan	2,56 %
10. Persahabatan	2,47 %
11. Ekonomis	2,33 %
12. Menghabiskan waktu	2,31 %
13. Menggairahkan hidup	2,25 %
14. Keselamatan	2,23 %
15. Kebiasaan	2,19 %
16. Melupakan masalah	2,15 %
17. Bahan Pembicaraan	2,07 %
18. Bimbingan perilaku	2,05 %
19. Periklanan	1,82 %
20. Istirahat	1,73 %
21. Ganti ke rumah ibadah	1,70 %
22. Menjalin hubungan sosial	1,65 % ²⁹

²⁹*Ibid.*

Di samping itu, Abelman menemukan bahwa orang yang kuat beragama, mempunyai hubungan yang signifikan dengan pola penontonan siaran agama di televisi. Menurutnya, orang yang menonton siaran agama di televisi, adalah karena tidak merasa puas dengan stasiun televisi komersial. Namun sebahagian menonton hanya menganggap siaran agama sebagai pilihan alternatif saja, bukan karena menganggap medium itu sebagai sesuatu yang amat penting bagi hidup mereka.³⁰

Di samping itu dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Penerangan Malaysia menunjukkan bahwa secara umum siaran-siaran agama telah menarik perhatian sejumlah besar penonton. Penelitian yang dilakukan pada bulan Januari tahun 1983 tersebut menggambarkan bahwa 98 % dari 399 responden menonton program siaran keagamaan. Kemudian penelitian lain yang dilakukan pada tahun 1990, menunjukkan bahwa 93 % dari 771 responden juga menonton siaran agama di televisi. Namun sebahagian penonton tidak menonton siaran agama di televisi secara serius atau sungguh-sungguh. Mereka tetap menonton tanpa mempertimbangkan siaran apa yang ada di layar televisi. Sebahagian pula menonton sambil makan, sambil berbicara, sambil membaca dan sebagainya. Alasan mereka yang tidak menonton siaran agama di televisi ialah bahwa siaran agama di televisi tidak menarik, siaran agama disiarkan pada waktu yang tidak sesuai

³⁰*Ibid.*

dengan waktu senggang mereka, tidak mempunyai pesawat televisi, belum pulang ke rumah, dan sedang sakit.³¹

Menurut Shanon Ahmad dan Ellias Zakaria, beberapa faktor penyebab khalayak tidak menonton siaran agama di televisi ialah sebagai berikut:

1. Bentuk dan isi siaran agama di televisi tidak dapat menarik minat para pembaca untuk menontonnya.
2. Bentuk ceramah dan diskusi dalam siaran agama di televisi mengecewakan sejumlah besar penonton remaja, sebab siaran agama sangat sedikit yang bersifat hiburan yang menyenangkan.
3. Isi siaran-siaran agama di televisi kemungkinan terlalu akademik, sehingga hanya sesuai bagi orang-orang tertentu.
4. Berbagai jenis promosi atau iklan secara efisien tidak disampaikan dalam siaran agama.³²

Menurut hasil penelitian Lennis, penggunaan media massa termasuk televisi berbeda berdasarkan usia. Hasil penelitian Katz et al. pula menunjukkan bahwa penggunaan media massa berbeda berdasarkan jenis kelamin. Sedangkan hasil penelitian Eastman

³¹ Zulkiple Abd. Ghani. *Penyiaran Islam: Konsep, Model dan Program*. Al-mau'izoh 6: 21-32. Bangi: FPI, UKM, 1998, h: 28.

³² Shanon Ahmad dan Ellias Zakaria. *Rancangan Corak Islam (RCI) di TV Malaysia* (Penang: USM), h: 12-13.

(1979: 491-500), penggunaan media massa berbeda berdasarkan gaya hidup seseorang. Dengan demikian, aspek-aspek tersebut dapat dijadikan sebagai bahan analisis untuk melihat pola menonton sinetron keagamaan berdasarkan tingkat usia, jenis kelamin dan gaya hidup seseorang.

Di samping itu, Abelman (1987: 293-307) menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan di antara frekuensi menonton siaran agama di televisi dengan pengamalan agama masyarakat. Orang yang sering menonton siaran agama di televisi, cenderung pengamalan agamanya juga lebih baik, dan demikian sebaliknya.

Menurut hasil penelitian Buddenbaum (1981: 266-272), ciri-ciri penonton siaran agama di televisi di Amerika Serikat ialah orang yang lebih tua, tingkat pendidikan rendah, dan terbelakang dari segi ekonomi. Sedangkan hasil penelitian Gaddy dan Pritchard, ciri-ciri penonton siaran agama di televisi ialah orang yang aktif dalam kegiatan-kegiatan agama, dan lebih konservatif dalam keyakinan agama. Namun secara umum mereka menyimpulkan bahwa ada hubungan antara menonton siaran agama di televisi dengan keaktifan mengikuti kegiatan agama dan pengamalan agama.³³

³³ Gaddy, G.D., & Pritchard, D. 'When Watching Religious TV is Like Attending Church': *Journal of Communication* 35 (1): 123-131, 1985.

Sisi yang berbeda dengan penelitian ini antara lain ialah bahwa penelitian ini hanya dibatasi pada sinetron keagamaan saja, tidak termasuk siaran agama lain seperti dialog interaktif, ceramah agama, kuiz agama dan sebagainya, seperti yang diteliti oleh para peneliti sebelumnya.

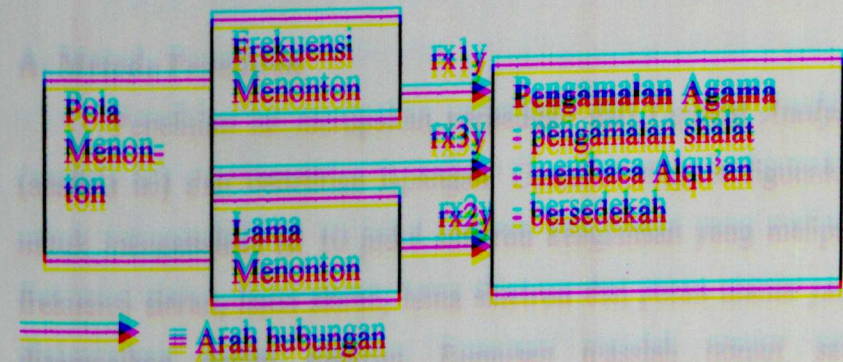
C. Pengertian konsep dan kerangka konsep

Ada dua konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (1) pola menonton sinetron keagamaan, dan (2) pengamalan agama. Makna pola menonton dalam penelitian ini dibatasi pada dua aspek saja, yaitu frekuensi menonton sinetron keagamaan di televisi, dan lama menonton sinetron keagamaan. Sedangkan sinetron keagamaan yang dimaksudkan meliputi 32 judul sinetron keagamaan (terlampir) yang disiarkan di berbagai stasiun televisi pada minggu ketiga Februari 2006.

Makna pengamalan agama dalam penelitian ini meliputi pengamalan shalat fardhu, kegiatan membaca Alqur'an, dan bersedekah. Pola menonton sinetron keagamaan di televisi yang meliputi frekuensi menonton dan lama menonton dipandang dapat mempengaruhi pengamalan agama yang meliputi pengamalan shalat, membaca al-Qur'an, dan bersedekah. Dengan demikian, kerangka penelitian dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut :

Variabel Bebas

Variabel Terikat



D: Hipotesis

Ada tiga hipotesis yang diuji dalam penelitian ini, yaitu:

- 1: Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat.
- 2: Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara lama menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat.
- 3: Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan perpaduan dari *Content Analysis* (analisis isi) dan penelitian lapangan. *Content analysis* digunakan untuk menganalisis isi 10 judul sinetron keagamaan yang meliputi frekuensi siaran, lama siaran, tema sinetron dan pesan utama yang disampaikan dalam sinetron. Rumusan masalah nomor satu diharapkan dapat terjawab melalui analisis isi ini. Penelitian lapangan dilakukan untuk melihat pola menonton sinetron di kalangan masyarakat serta hubungannya dengan pengamalan agama mereka. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan ilmu komunikasi.

B. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Medan yang bertempat tinggal di 21 kecamatan dan berpenduduk sekitar 2.006.142 jiwa, dengan 460.084 rumah tangga (Badan Pusat Statistik Kota Medan, 2004: 42). Namun karena luasnya populasi penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan sampel dengan teknik *cluster* dan teknik acak. Teknik *cluster* digunakan untuk memilih tiga kecamatan sebagai sampel, dan memilih masing-

masing empat kelurahan dari tiga kecamatan tersebut sebagai sampel penelitian.

Sedangkan teknik acak digunakan untuk memilih anggota sampel sebanyak 15-16 orang dari setiap kelurahan untuk dijadikan sebagai sampel, dengan memperhatikan keseimbangan dari sudut usia (remaja, pemuda dan orangtua), jenis kelamin, suku, pekerjaan, pendidikan, dan keadaan ekonomi. Dengan demikian, sampel penelitian ini terdiri dari tiga kecamatan, 12 kelurahan dan 183 orang responden. Menurut Neuman (1997), sampel 183 orang untuk populasi kurang dari 10.000.000, orang sudah cukup.³⁴ Keadaan sampel penelitian ini lebih jelas dapat dilihat dalam tabel berikut :

Sampel Penelitian

NO	Kecamatan	Kelurahan	Sampel
1:	Medan Kota	Teladan Barat	16 orang
		Teladan Timur	16 orang
		Pasar Merah Barat	16 orang
		Mesjid	15 orang
2:	Medan Tembung	Sidorejo Hilir	15 orang
		Indra Kasih	15 orang
		Bandar Selamat	15 orang

³⁴Neuman, W. L. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon, 1997.

3:	Medan Helvetia	Tembung	15 orang
		Helvetia Timur	15 orang
		Helvetia	15 orang
		Tanjung Gusta	15 orang
		Cinta Damai	15 orang
		Jumlah	183 orang

Sedangkan sampel untuk sinetron keagamaan yang akan dianalisis isinya, secara random sederhana dipilih 10 judul dari 32 judul yang ada:

C. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data skunder. Sumber data primer adalah 183 orang responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian, dan 10 judul sinetron keagamaan yang dijadikan sebagai sampel untuk analisis isi. Sedangkan sumber data skunder adalah buku-buku rujukan yang relevan dengan penelitian ini:

D. Instrumen Pengumpul Data

Instrumen pengumpul data yang digunakan untuk mengukur penayangan sinetron keagamaan di televisi adalah borang analisis isi yang dibuat oleh peneliti. Borang analisis isi ini lebih dahulu

diuji coba keandalannya untuk memastikan bahwa alat ini benar-benar andal dan syah untuk mengukur apa yang mau diukur.

Sedangkan alat pengumpul data yang digunakan untuk melihat pola penontonan sinetron keagamaan di televisi dan hubungannya dengan pengamalan agama masyarakat, digunakan kuesioner. Kuesioner ini juga lebih dahulu diuji coba keandalan dan kesyahannya kepada 40 orang responden di luar sampel, untuk memastikan alat tersebut benar-benar andal dan syah.

Standar pengukuran yang digunakan adalah Alpha Cronbach. Berdasarkan hasil uji coba kepada 40 orang responden, menunjukkan bahwa tingkat keandalan alat ukur secara keseluruhan mencapai $\text{Alpha} = .8918$ (Tinggi). Dengan demikian, alat ukur tersebut sudah layak digunakan.

E. Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan bantuan *Statistical Package for Social Sciences* Versi 11, yaitu statistik deskriptif dan *product moment* yang bersumber dari Pearson.

BAB IV

POLA MENONTON SINETRON KEAGAMAAN DI TELEVISI

A: Analisis Isi Sinetron Keagamaan di Televisi

Analisis isi sinetron keagamaan dilakukan terhadap 10 judul sinetron keagamaan yang disiarkan pada berbagai stasiun televisi pada bulan Agustus 2006. Berdasarkan hasil analisis isi tersebut, dapat diketahui bahwa sinetron keagamaan disiarkan hampir setiap stasiun televisi; seperti Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Trans TV, Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), An-Teve, Surya Citra Televisi SCTV), dan sebagainya. Sinetron keagamaan pada umumnya disiarkan pada malam hari antara jam 18.00 = 21.30 Wib, dan ada juga yang disiarkan pada pagi dan siang hari antara jam 08.00 = 13.30 Wib.

Hari penyiaran sinetron keagamaan juga amat bervariasi mulai dari hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jum'at dan Minggu. Lama siaran sinetron keagamaan adalah antara 60 = 120 menit, yang semuanya diselingi dengan berbagai jenis iklan komersial.

Tema sinetron keagamaan juga amat beragam; seperti balasan kepada orang-orang yang tidak melaksanakan ajaran agama, akibat keburukan tingkah laku seseorang, hati mulia seorang tukang sate, gadis cacat yang berhati mulia, pentingnya

kesabaran, anak sebagai amanah dari Allah, akibat kesombongan, dan tamak kepada harta.

Berdasarkan hasil analisis isi juga diketahui 30 pesan utama yang disampaikan dalam 10 sinetron keagamaan yang dikaji, yaitu:

1. Agar manusia tidak sombong;
2. Agar manusia menjalin silaturahmi;
3. Agar manusia tidak remeh terhadap orang lain;
4. Agar manusia mempersiapkan diri menjelang datangnya kematian;
5. Agar manusia tidak suka menipu;
6. Agar manusia memperbaiki perbuatannya yang buruk
7. Agar manusia berusaha mencari rejeki dengan cara-cara yang baik;
8. Agar manusia suka menolong orang yang kesusahan;
9. Agar manusia saling berbuat baik terhadap sesamanya;
10. Agar manusia dapat menerima kenyataan;
11. Agar manusia lebih banyak bersyukur atas pemberian Allah;
12. Agar menyayangi kedua orangtua;
13. Allah tidak lalai terhadap apa yang diperbuat manusia, apalagi perbuatan orang-orang yang zalim;
14. Agar manusia sabar dalam kemiskinan;
15. Agar manusia jangan berbuat syirik;

16. Agar manusia jangan kikir, sombong dan takabbur dengan nikmat Allah;
17. Agar manusia tidak lupa membayar hutang;
18. Agar manusia menyayangi hewan dan tumbuhan;
19. Agar manusia menyayangi anaknya dengan sebaik-baiknya;
20. Agar mencintai Allah dan RasulNya lebih dari segalanya;
21. Agar manusia menyadari kesalahannya;
22. Kasih sayang ibu yang tulus dan ikhlas;
23. Hendaklah sabar dalam menghadapi cobaan;
24. Agar anak mendengar nasehat ibu;
25. Agar keluarga bertakwa kepada Allah;
26. Anak yang dilahirkan adalah dalam keadaan suci, walaupun dilahirkan oleh seorang pelacur;
27. Ta'at kepada Allah;
28. Dalam diri manusia terdapat sifat-sifat ilahi;
29. Mengutamakan kejujuran dan kebaikan dalam setiap aktivitas;
30. Mengingat Allah dalam setiap aktivitas.

Hasil analisis isi tersebut secara ringkas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1: Rangkuman Hasil Analisis Isi Terhadap Sinetron
Keagamaan di Televisi (7 - 20 Agustus 2006)**

No	Hari, Tgl, Jam (Lama Siaran)	Judul Sinetron	Pesan Utama	Stasiun TV
1.	Senin, 7 21.00-22.30 (90 menit)	Rahasia Ilahi (Jenazah sulit capai tanah kubur)	Manusia jangan sombong; Manusia harus jalin silaturahmi; Manusia jangan ang- gap remeh orang lain	TPI
2.	Rabu, 16 20.00-22.00 (120 menit)	Hidayah (Kuping mem- besar dan ber- nanah)	Manusia jangan suka menipu; Manusia jangan sombong; Manusia memper- baiki perbuatannya yang buruk	Trans TV
3.	Selasa, 15 20.30-21.30 (60 menit)	Hidayah Mu (Tukang sate jadi jutawan)	Manusia harus ber- usaha mencari rejekinya dgn cara yang baik; Manusia harus menolong orang yg kesusahan; Manusia harus saling berbuat baik	TPI
4.	Rabu, 16 19.00-20.00 (60 menit)	Insyaf (Cerita tentang seo- rang gadis cacat)	Manusia harus mau menerima kenyata- an; Manusia harus banyak bersyukur; Menyayangi kedua	Trans TV

			orang tua; Allah tidak lalai ter hadap apa yang di perbuat manusia	
5.	Kamis, 17 12.00-13.30 (90 menit)	Mata melotot lidah menjulur	Agar manusia sabar atas kemiskinan; Agar manusia jangan berbuat syirik; Agar manusia jangan kikir dan takabbur; Agar manusia tidak lupa untuk memba- yar hutang.	TPI
6.	Jum'at, 18 08.00-09.30 (90 menit)	Pintu Hidayah (Lebih sayang kucing dari anak sendiri)	Manusia harus me- nyayangi hewan dan tumbuhan; Manusia harus me- nyayangi anaknya; Mencintai Allah dan Rasul lebih dari segalanya.	RCTI
7.	Jum'at, 18 10.00-11.00 (60 menit)	Jalan Ke Syurga (Kasih bunda)	Manusia harus me- nyadari kesalahan nya; Kasih sayang ibu yg tulus dan ikhlas; Sabar dalam meng- hadapi cobaan; Agar anak mende- ngar nasehat ibu; Agar keluarga ber- tagwa kepada Allah	An- Teve
8.	Jum'at, 18 20.00-21.30	Anak pelacur jadi guru ngaji	Anak lahir dalam keadaan suci;	TPI

	(90 menit)		Setiap anak punya peluang yang sama jadi anak baik; Ta'at kepada Allah; Dalam diri manusia terdapat sifat-sifat ilahi.	
9.	Jum'at, 18 20.00-21.00 (60 menit)	Mantri desa yang som bong	Jangan sombong walaupun banyak kelebihan dan harta	Trans TV
10.	Minggu, 20 18.00-19.15 (75 menit)	Kusebut nama Mu (Calon mertua gila harta)	Segala harta adalah milik Allah; Jangan gila harta dan buta terhadap kebaikan dan kejujuran; Mengingat Allah dalam segala aktivitas	RCTI

B. Profil Responden Penelitian Lapangan

Responden dalam penelitian ini berjumlah 183 orang, dengan rincian 87 orang (52,46%) laki-laki dan 96 orang (47,54%) perempuan, seperti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2: Jenis Kelamin Responden

No:	Jenis Kelamin	f	%
1.	Laki-laki	87	47,54
2.	Perempuan	96	52,46

Jumlah	183	100
--------	-----	-----

Responden berasal dari berbagai suku, yaitu suku Jawa, Batak, Mandailing, Melayu, Padang, Banten, Arab, Aceh, Sunda, dan Nias. Karena penduduk kota Medan memang sangat heterogen termasuk dari suku. Keadaan suku responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3: Suku Responden

No.	Suku	f	%
1.	Jawa	45	24,6
2.	Batak	29	15,8
3.	Mandailing	55	30,1
4.	Melayu	22	12
5.	Padang	14	7,7
6.	Banten	4	2,2
7.	Arab	2	1,1
8.	Aceh	6	3,3
9.	Sunda	4	2,2
10.	Nias	2	1,1
	Jumlah	183	100

Usia responden juga sangat bervariasi. Namun dalam penelitian ini dikelompokkan kepada lima saja, yaitu yang berusia

kurang dari 20 tahun, berusia 20 = 30 tahun, 31 = 40 tahun, 41 = 50 tahun, dan yang berusia lebih dari 50 tahun. Usia responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4: Usia Responden

No.	Usia	f	%
1.	≤ 20 tahun	34	18,6
2.	21 = 30 tahun	75	41
3.	31 = 40 tahun	34	18,6
4.	41 = 50 tahun	22	12
5.	≥ 50 tahun	18	9,8
	Jumlah	183	100

Tingkat pendidikan responden juga amat bervariasi mulai dari Sekolah Dasar (SD) hingga sarjana S-1. keadaan tingkat pendidikan responden secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5: Tingkat Pendidikan Responden

No.	Tingkat Pendidikan	f	%
1.	SD	6	3,3
2.	SLTP	30	16,4
3.	SLTA	84	45,9
4.	Sarjana Muda/Diploma	17	9,3
5.	Sarjana S-1	46	25,1

	Jumlah	183	100
--	--------	-----	-----

Pekerjaan tetap responden juga bervariasi; meliputi Pegawai Negeri Sipil (PNS), pegawai swasta, wiraswasta, wartawan, perawat, guru honor, mocok-mocok, dan ibu rumah tangga. Namun banyak juga yang belum bekerja, terutama yang masih belajar baik di sekolah menengah maupun di perguruan tinggi. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6: Pekerjaan Tetap Responden

No.	Pekerjaan	f	%
1:	PNS	36	19,7
2:	Pegawai swasta	27	14,8
3:	Guru honor	18	9,8
4:	Wiraswasta	16	8,7
5:	Ibu rumah tangga	16	8,7
6:	Perawat	4	2,2
7:	Mocok-mocok	4	2,2
8:	Wartawan	2	1,1
9:	Tidak bekerja	60	32,8
	Jumlah	183	100

C. Pola Menonton Sinetron

Hampir semua responden menonton televisi dalam satu minggu terakhir sebelum dilakukan pengumpulan data lapangan. Karena ternyata hanya 6 orang (3,3 %) di antara responden yang menyatakan tidak menonton televisi. Sedangkan 177 orang (96,7 %) lainnya menyatakan menonton televisi dalam jumlah waktu yang bervariasi. Namun nampaknya 61,7 % responden menonton televisi rata-rata selama lebih dari 2 jam sehari, bahkan 37,7 % menyatakan rata-rata menonton televisi selama lebih dari tiga jam sehari. Kelompok terakhir ini dalam kajian komunikasi massa sudah termasuk kepada penonton kelas berat (*heavy viewer*). Keadaan yang demikian lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7: Jumlah Waktu Menonton Televisi

No.	Lama Menonton	f	%
1.	Tidak menonton sama sekali	6	3,3
2.	Menonton kurang 1 jam	24	13,1
3.	Menonton 1-2 jam	40	21,9
4.	Menonton > 2-3 jam	44	24
5.	Menonton > 3 jam	69	37,7
	Jumlah	183	100

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya 10 orang (5,5 %) di antara responden yang tidak menonton sinetron

keagamaan di televisi satu minggu sebelum mereka diminta mengisi angket. Sedangkan 173 orang (94,5 %) lainnya menyatakan menonton sinetron keagamaan di televisi dalam jumlah waktu yang bervariasi seperti dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8: Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Di Televisi

No:	Jumlah Waktu Menonton	F	%
1:	Tidak menonton	10	5,5
2:	Menonton 1-15 menit	26	14,2
3:	Menonton 16-30 menit	35	19,1
4:	Menonton 31-45 menit	48	26,2
5:	Menonton 46-60 menit	30	16,4
6:	Menonton \geq 60 menit	34	18,6
	Jumlah	183	100

Berdasarkan analisis tabulasi silang (*cross tabulation*) yang dilakukan terhadap variabel jumlah waktu menonton televisi berdasarkan usia, maka nampaknya responden yang berusia \geq 50 tahun banyak yang tidak menonton televisi sama sekali. Sedangkan kelompok usia lainnya tidak menunjukkan perbedaan jumlah waktu menonton televisi yang menyolok. Keadaan yang demikian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9: Jumlah Waktu Menonton TV Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Waktu Menonton					Jumlah
	Tidak Menonton	1 jam	1-2 jam	2-3 jam	3 jam	
	f	f	f	f	f	
< 20 tahun	2	8	2	8	14	34
20-30 thn	0	8	12	16	39	75
31-40 thn	0	2	14	8	10	34
41-50 thn	0	6	2	12	2	22
> 50 thn	4	0	10	0	4	18
Total	6	24	40	44	69	183

Di samping itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok usia 31-40 tahun cenderung lebih lama menonton sinetron keagamaan di televisi dibandingkan dengan kelompok usia lain. Sedangkan kelompok usia 41-50 tahun, cenderung menjadi kelompok usia paling sedikit menonton sinetron keagamaan di televisi. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10: Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Di TV Berdasarkan Usia

Jumlah Waktu Menonton Sinetron						
Usia	Tidak Menonton	1-15 menit	16-30 menit	31-45 menit	46-60 menit	≥ 60 menit
	f	f	f	f	f	f
≤ 20 thn	2	6	4	10	8	4
20-30 th	2	10	13	26	14	10
31-40 th	0	0	8	8	6	12
41-50 th	4	6	6	0	0	6
≥ 50 th	2	4	4	4	2	2
Total	10	26	35	48	30	34

Hasil tabulasi silang terhadap jumlah waktu menonton televisi berdasarkan tingkat pendidikan, nampaknya responden yang berpendidikan Sarjana Muda dan Sarjana S-1 cenderung lebih banyak menonton televisi dibandingkan dengan kelompok tingkat pendidikan lainnya. Keadaan yang demikian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11: Jumlah Waktu Menonton TV Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jumlah Waktu Menonton TV						
Tingkat Pendidikan	Tidak Menonton	1 jam	1-2 jam	2-3 jam	3 jam	Jumlah
SD	2	0	0	2	2	6
SLTP	2	8	2	4	14	30
SLTA	2	6	16	26	34	84
Sarmud	0	0	8	0	9	17
Sarjana S-1	0	10	14	12	10	46
Total	6	24	40	44	69	183

Hasil tabulasi silang juga menunjukkan bahwa responden yang mempunyai tingkat pendidikan sarjana dan sarjana muda, cenderung lebih lama menonton sinetron keagamaan di televisi dibandingkan dengan kelompok tingkat pendidikan lainnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 12: Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan Di TV Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jumlah Waktu Menonton Sinetron							Jumlah
Tingkat Pendidikan	Tidak Menonton	1-15 menit	16-30 menit	31-45 menit	46-60 menit	≥ 60 menit	
	f	f	f	f	f	f	
SD	2	0	4	0	0	0	6
SLTP	2	6	4	8	4	6	30
SLTA	6	10	13	19	18	18	84
Sarmud	0	0	4	7	6	0	17
Sarjana	0	10	10	14	2	10	46
Total	10	26	35	48	30	34	183

Hasil tabulasi silang yang dilakukan terhadap jumlah waktu menonton sinetron keagamaan di televisi berdasarkan jenis pekerjaan, menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta dan sebagai perawat, relatif lebih lama menonton sinetron keagamaan di televisi dibandingkan dengan responden yang mempunyai jenis pekerjaan lain. Keadaan yang demikian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 13: Jumlah Waktu Menonton Sinetron Keagamaan
Di TV Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jumlah Waktu Menonton Sinetron							Jumlah
Jenis Pekerjaan	Tidak Menonton	1-15 menit	16-30 menit	31-45 menit	46-60 menit	≥ 60 menit	
PNS	0	8	8	6	4	10	36
Pegawai swasta	0	0	5	14	6	2	27
Wiraswasta	0	4	4	0	2	6	16
Ibu rumah tangga	2	0	4	2	4	4	16
Wartawan	2	0	0	0	0	0	2
Mecok2	0	0	2	0	0	2	4
Guru honor	2	6	6	4	0	0	18
Perawat	0	0	0	2	2	0	4
Tidak bekerja	4	8	6	20	12	10	60
Total	10	26	35	48	30	34	183

Kebanyakan responden menonton sinetron keagamaan di televisi pada waktu malam hari, yaitu 68,3 %, kemudian pada waktu sore hari (18,6 %). Sedangkan waktu yang paling sedikit digunakan untuk menonton sinetron keagamaan ialah pada pagi hari, yaitu 82,5 % responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah menonton sinetron keagamaan pada waktu tersebut. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 14: Waktu Yang Digunakan Menonton Sinetron di TV

No:	Waktu Yang Digunakan	3 Selalu f (%)	2 Sekali Sekali f (%)	1 Tidak Pernah f (%)	Min
1.	Subuh	20 (10,9)	16 (8,7)	147 (80,3)	1,30
2.	Pagi	8 (4,4)	24 (13,1)	151 (82,5)	1,21
3.	Siang	30 (16,4)	48 (26,2)	105 (57,4)	1,59
4.	Sore	34 (18,6)	69 (37,7)	80 (43,7)	1,74
5.	Malam	125 (68,3)	50 (27,3)	8 (4,4)	2,63

Pada umumnya responden menonton sinetron keagamaan di televisi bersama anggota keluarga lainnya (61,2 %). Hanya

sebahagian kecil saja yang menonton secara sendirian (10,4 %), dan 22,9 % di antara responden menonton dengan teman seperti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15: Teman Menonton Sinetron Keagamaan di TV

No.	Teman Menonton	f	%
1.	Tidak menonton	10	5,5
2.	Menonton sendirian	19	10,4
3.	Menonton bersama anggota keluarga	112	61,2
4.	Menonton dengan teman	42	22,9
	Jumlah	183	100

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 10 tujuan menonton sinetron keagamaan di televisi yang diajukan kepada responden, tujuan menonton yang paling banyak disetujui responden ialah ingin menambah pengetahuan agama (Min 4,33), mendekatkan diri kepada Tuhan (Min 4,30) dan menenteramkan batin (Min 4,02). Sedangkan tujuan menonton yang paling sedikit disetujui oleh responden ialah agar nampak warak dan alim (Min 2,30), tidak ada siaran lain yang lebih menarik (Min 3,02) dan untuk menghilangkan suntuk (Min 3,37). Keadaan yang demikian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 16: Tujuan Menonton Sinetron Keagamaan di TV

No	Tujuan Menonton	SS f (%)	S f (%)	RR f (%)	TS f (%)	STS f (%)	Min
1.	Sekedar mengisi waktu luang	56 (30,6)	91 (49,7)	6 (3,3)	20 (10,9)	10 (5,5)	3,89
2.	Menambah pengetahuan agama	90 (49,2)	77 (42,1)	6 (3,3)	8 (4,4)	2 (1,1)	4,33
3.	Mendekatkan diri kepada Tuhan	92 (50,3)	71 (38,8)	8 (4,4)	8 (4,4)	4 (2,2)	4,30
4.	Menenteramkan batin	58 (31,7)	97 (53)	10 (5,5)	10 (5,5)	8 (4,4)	4,02
5.	Memotivasi anggota keluarga lainnya	48 (26,2)	93 (50,8)	14 (7,7)	24 (13,1)	4 (2,2)	3,85
6.	Agar nampak warak dan alim	6 (3,3)	28 (15,3)	14 (7,7)	103 (56,3)	32 (17,5)	2,30
7.	Menghibur diri	24 (13,1)	101 (55,2)	16 (8,7)	40 (21,9)	2 (1,1)	3,57
8.	Menghilangkan suntuk	28 (15,3)	83 (45,4)	16 (8,7)	42 (23)	14 (7,7)	3,37
9.	Tertarik dengan ustaz/ustazah	48 (26,2)	79 (43,2)	24 (13,1)	24 (13,1)	8 (4,4)	3,73
10.	Tidak ada	22	67	20	42	32	3,02

siaran lain yang lebih menarik	(12)	(36,6)	(10,9)	(23)	(17,5)
--------------------------------	------	--------	--------	------	--------

D. Pengamalan Agama Responden

Pengamalan agama dalam penelitian ini meliputi pengamalan ibadah salat fardu lima kali sehari semalam, kegiatan membaca Alqur'an dan kegiatan bersedekah. Berdasarkan hasil penelitian ini, salat lima waktu yang cenderung tetap dilaksanakan oleh responden hanya salat magrib saja (Min 3,61), sedangkan salat lima waktu lainnya jawaban responden cenderung kepada selalu salat. Keadaan yang demikian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 17: Pengamalan Salat Responden

No	Nama Salat	4 Tetap Salat f (%)	3 Selalu Salat f (%)	2 Sekali Sekali Salat f (%)	1 Tidak Pernah Salat f (%)	Min
1.	Subuh	103 (56,3)	32 (17,5)	26 (14,2)	22 (12)	3,18
2.	Zuhur	93 (50,8)	50 (27,3)	26 (14,2)	14 (7,7)	3,21
3.	Asyar	94 (51,4)	39 (21,3)	34 (18,6)	16 (8,7)	3,15
4.	Magrib	127 (69,4)	44 (24)	10 (5,5)	2 (1,1)	3,61

3.	Isya	112 (61,2)	38 (20,8)	18 (9,8)	15 (8,2)	3,34
----	------	---------------	--------------	-------------	-------------	------

Di samping itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sekitar 22,4 % responden tidak pernah membaca Alqur'an dalam satu minggu terakhir sewaktu dilakukan pengumpulan data lapangan. Sedangkan yang lainnya membaca Alqur'an dalam jumlah waktu yang bervariasi, dan yang terbanyak adalah membaca Alqur'an rata-rata selama 1-15 menit setiap hari. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18: Jumlah Waktu Membaca Alqur'an

No.	Jumlah Waktu Membaca Alqur'an	f	%
1.	Tidak membaca Alqur'an	41	22,4
2.	Membaca 1-15 menit	74	40,4
3.	Membaca 16-30 menit	38	20,8
4.	Membaca 31-45 menit	8	4,4
5.	Membaca 46-60 menit	16	8,7
6.	Membaca > 60 menit	6	3,3
	Jumlah	183	100

Berdasarkan hasil tabulasi silang yang dilakukan terhadap variabel jumlah waktu membaca Alqur'an berdasarkan tingkat usia

menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang menonjol tentang jumlah waktu membaca Alqur'an berdasarkan tingkat usia. Keadaan yang demikian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19: Jumlah Waktu Membaca Alqur'an Berdasarkan Tingkat Usia

Jumlah Waktu Membaca Alqur'an						
Usia	Tidak Mem-baca	1-15 menit	16-30 menit	31-45 menit	46-60 menit	Jumlah
	f	f	f	f	f	
< 20 th	14	12	4	2	2	34
20-30 th	17	28	22	2	2	75
31-40 th	2	20	6	0	4	34
41-50 th	6	10	2	0	4	22
≥ 50 th	2	4	4	4	4	18
Total	41	74	38	8	16	183

Pada umumnya responden ada memberikan sedekah dalam berbagai bentuk dalam waktu satu bulan terakhir sewaktu pengumpulan data lapangan. Sedekah yang paling banyak diberikan adalah dalam bentuk uang, dalam bentuk makanan dan juga minuman. Sedangkan sedekah yang lebih jarang diberikan adalah dalam bentuk pakaian dan bentuk benda lain yang bermanfaat. Keadaan ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20: Kegiatan Bersedekah

No.	Bentuk Sedekah	3 Selalu f (%)	2 Sekali Sekali f (%)	1 Tidak Pernah f (%)	Min
1.	Makanan	34 (18,6)	113 (61,7)	36 (19,7)	1,98
2.	Minuman	24 (13,1)	103 (56,3)	56 (30,6)	1,82
3.	Uang	64 (35)	103 (56,3)	16 (8,7)	2,26
4.	Pakaian	16 (8,7)	103 (56,3)	64 (35)	1,73
5.	Benda lain yang bermanfaat	16 (8,7)	99 (54,1)	68 (37,2)	1,71

Pada umumnya responden merasa hormat kepada yang lebih tua. Tidak ada satu orang pun di antara responden yang tidak menaruh hormat kepada yang lebih tua seperti dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 21: Sikap Hormat Kepada Yang Lebih Tua

No.	Sikap Hormat	F	%
1.	Sangat tidak hormat	0	0

2.	Tidak hormat	0	0
3.	Netral	8	4,4
4.	Hormat	95	51,9
5.	Sangat hormat	80	43,7
	Jumlah	183	100

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pada umumnya responden merasa sayang kepada yang lebih muda, hanya 1,1 % saja di antara responden yang menunjukkan rasa tidak sayang kepada yang lebih muda dari mereka seperti dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 22: Sikap Sayang Kepada Yang Lebih Muda

No.	Sikap Sayang	f	%
1.	Sangat tidak sayang	2	1,1
2.	Tidak sayang	0	0
3.	Netral	12	6,6
4.	Sayang	117	63,9
5.	Sangat sayang	52	28,4
	Jumlah	183	100

Di samping itu, berdasarkan hasil penelitian ini, dari 32 judul sinetron keagamaan yang ditayangkan di televisi pada masa kajian dilakukan, ada 16 judul yang paling disukai responden,

yaitu: **Rahasia Ilahi**, **Pintu Hidayah**, **Tobatnya Seorang Pelacur**, **Do'a Ibu**, **Kiamat Sudah Dekat**, **Tawakkal**, **Dikerumuni Kecubung**, **Anak Saleh**, **Habibi dan Habibah**, **Mukjizat Ilahi**, **Memakan Harta Anak Yatim**, **Tukang Sepatu Jadi Gedongan**, **Tukang Sepatu Naik Haji**, **Jalan Menuju Kebenaran**, **Anak Durhaka Pada Ibu**, dan **Istigfar**. Sinetron keagamaan yang paling disukai responden ialah masih tetap **Rahasia Ilahi** dan **Pintu Hidayah**. Kemudian **Tobatnya Seorang Pelacur**, dan **Do'a Ibu**. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 23: Sinetron Keagamaan Yang Paling Disukai

No	Judul Sinetron	f	%
1:	Rahasia Ilahi	69	37,7
2:	Pintu Hidayah	56	30,6
3:	Tobatnya Seorang Pelacur	6	3,3
4:	Do'a Ibu	6	3,3
5:	Kiamat Sudah Dekat	4	2,2
6:	Tawakkal	4	2,2
7:	Dikerumuni Kecubung	4	2,2
8:	Anak Saleh	4	2,2
9:	Habibi dan Habibah	4	2,2
10:	Mukjizat Ilahi	2	1,1
11:	Memakan Harta Anak Yatim	2	1,1
12:	Tukang Sepatu Jadi Gedongan		

13:	Tukang Sepatu Naik Haji	2	1,1
14:	Jalan Menuju Kebenaran	2	1,1
15:	Anak Durhaka Pada Ibu	2	1,1
16:	Istigfar	2	1,1
17:	Tidak menjawab	10	5,5
Jumlah		183	100

B. Pengujian Hipotesis

Ada tiga hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini:

Hipotesis 1:

1.1	5	
1.1	5	
1.1	5	
1.1	5	
2.2	10	
100	100	

BAB V

HUBUNGAN POLA MENONTON SINETRON KEAGAMAAN DENGAN PENGAMALAN AGAMA

A. Persyaratan Analisis

Dalam menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat digunakan analisis *pearson product moment*. Seperti halnya teknik analisis lainnya, *product moment* juga menuntut beberapa persyaratan dalam penggunaannya. Menurut Bambang Soepeno (1997: 8), analisis *pearson product moment* dapat digunakan apabila dua variabel yang dicari korelasinya menggunakan skala interval atau rasio. Variabel-variabel yang dicari korelasinya dalam penelitian ini adalah menggunakan skala interval, dan mempunyai variasi skor yang sama. Kemudian jenis korelasi yang digunakan adalah korelasi sederhana, yaitu hanya melihat hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Dengan demikian, analisis *pearson product moment* sesuai dan memenuhi persyaratan untuk digunakan dalam penelitian ini.

B. Pengujian Hipotesis

Ada tiga hipotesis yang diuji dalam penelitian ini, yaitu:

Hipotesis I :

Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton sinetron keagamaan (X1) di televisi dengan pengamalan agama masyarakat (Y).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton sinetron keagamaan (X1) di televisi dengan pengamalan agama masyarakat (Y). Tingkat hubungan antara variabel X1 dengan Y mencapai 0,01. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semakin sering seseorang menonton sinetron keagamaan di televisi, maka akan semakin baik pengamalan agamanya, yang meliputi pengamalan salat, kegiatan membaca Alqur'an dan kegiatan bersedekah dalam berbagai bentuknya, seperti makanan, minuman, pakaian dan sedekah dalam bentuk lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis I ini, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat, dapat diterima.

Hipotesis II :

Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara lama menonton sinetron keagamaan (X2) di televisi dengan pengamalan agama masyarakat (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis kedua ini, maka terbukti bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara lama menonton sinetron keagamaan (X_2) di televisi dengan pengamalan agama masyarakat (Y). Tingkat hubungan itu mencapai 0,01. Dengan demikian, hipotesis kedua ini juga dapat diterima, dan dapat dikatakan bahwa semakin lama seseorang menonton sinetron keagamaan di televisi, maka cenderung akan semakin baik pengamalan agamanya.

Hipotesis III :

Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara pola menonton sinetron keagamaan (X_3) di televisi dengan pengamalan agama masyarakat (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis ketiga ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara pola menonton sinetron keagamaan (X_3) di televisi dengan pengamalan agama masyarakat (Y). Tingkat hubungan antara variabel X_3 dengan variabel Y mencapai 0,01. Dengan demikian, hipotesis ketiga ini juga dapat diterima, dan dapat dinyatakan bahwa semakin baik pola menonton sinetron keagamaan di televisi, maka akan semakin baik pula pengamalan agamanya.

Hasil pengujian ketiga hipotesis ini dapat dirangkumkan pada tabel berikut:

Tabel 24: Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

	Pengamatan Agama (Y)	Tingkat Signifikansi Korelasi	Keputusan Tentang Hipotesis
Frekuensi menonton sinetron keagamaan (X1)	:203**	0,01	Diterima
Lama menonton sinetron keagamaan (X2)	:195**	0,01	Diterima
Pola menonton sinetron keagamaan (X3)	:251**	0,01	Diterima

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian dan hasil pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa 96,7 % masyarakat Kota Medan menonton televisi, dan 37,7 % di antaranya tergolong kepada penonton kelas berat (*heavy viewer*), yaitu menonton rata-rata lebih dari tiga jam sehari, atau rata-rata sekitar 90 jam dalam satu bulan.

Pada umumnya masyarakat juga menonton sinetron keagamaan di televisi, hanya 5,5 % saja di antara masyarakat yang

tidak menonton sinetron keagamaan di televisi, 94,5 % pernah menonton sinetron keagamaan dalam jumlah waktu yang bervariasi, mulai dari rata-rata 1-15 menit hingga lebih dari 60 menit setiap hari.

Mereka pada umumnya menonton sinetron keagamaan pada malam hari dan juga pada sore hari. Sekitar 68,3 % mengatakan bahwa mereka selalu menonton sinetron keagamaan pada malam hari. Karena sinetron keagamaan tersebut pada umumnya memang disiarkan pada malam hari. Di samping itu, responden juga pada umumnya mempunyai waktu senggang pada malam hari, sedangkan pada pagi dan siang harinya banyak di antara mereka yang bekerja dan melakukan kesibukan-kesibukan lainnya, seperti belajar bagi mereka yang masih berstatus pelajar.

Mereka menonton sinetron keagamaan di televisi pada umumnya tidak sendirian, tetapi dengan anggota keluarga lainnya. Hanya 10,4 % saja di antara mereka yang mengatakan menonton sinetron secara sendirian, sedangkan 61,2 % lainnya menonton dengan anggota keluarga.

Tujuan masyarakat menonton sinetron keagamaan juga amat bervariasi. Tujuan menonton yang paling menonjol ialah ingin menambah pengetahuan agama, ingin mendekatkan diri kepada Tuhan, dan ingin menenteramkan batin. Di samping itu masih banyak tujuan lainnya seperti ingin menghibur diri, sekedar mengisi waktu kosong, menghilangkan suntuk, tertarik dengan

ustaz/ustazahnya, memotivasi anggota keluarga lain, tidak ada siaran lain yang lebih menarik, dan ada juga yang mempunyai tujuan agar nampak warak atau alim. Dengan demikian, masyarakat Kota Medan menonton sinetron keagamaan di televisi dengan tujuan dan motivasi yang sangat beragam, mulai dari tujuan yang lebih mengarah kepada yang positif hingga kepada tujuan yang terkesan kurang baik.

Pengamalan salat masyarakat masih banyak yang tertinggal. Karena terbukti hanya salat magrib saja yang cenderung tetap diamalkan oleh masyarakat. Sedangkan salat subuh, zuhur, asyar dan isya masih banyak yang tertinggal. Demikian juga kegiatan membaca Alqur'an, masih ada sekitar 22,4 % anggota masyarakat yang mengatakan tidak pernah membaca Alqur'an dalam satu minggu terakhir ketika dilakukan pengumpulan data lapangan. Sedangkan yang lainnya menyatakan ada membaca Alqur'an dalam jumlah waktu yang bervariasi, mulai dari rata-rata 1-15 menit setiap malam hingga rata-rata lebih dari 60 menit setiap malam.

Di samping itu, kegiatan bersedekah yang paling banyak mereka lakukan adalah dalam bentuk uang, kemudian dalam bentuk makanan dan minuman. Sedangkan sedekah dalam bentuk pakaian dan dalam bentuk benda lain yang bermanfaat, lebih sedikit dilakukan.

Kemudian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada kecenderungan orang yang lebih tua lebih banyak menonton

sinetron keagamaan. Karena ternyata golongan usia yang paling sering menonton sinetron keagamaan di televisi adalah yang berusia antara 31-40 tahun. Dalam hal ini berarti hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Abelman (1987) yang menemukan ciri-ciri penonton siaran agama di televisi adalah orang yang lebih tua dan mempunyai pendidikan yang relatif rendah. Sedangkan menurut hasil penelitian ini, tingkat pendidikan Sarjana Muda dan Sarjana relatif lebih sering menonton sinetron keagamaan di televisi dibandingkan dengan tingkat pendidikan di bawahnya.

Di samping itu, orang-orang yang bekerja sebagai pegawai swasta dan pegawai negeri sipil cenderung lebih sering dan lebih lama menonton sinetron keagamaan di televisi dibandingkan dengan mereka-mereka yang bekerja pada sektor lainnya, termasuk yang tidak bekerja. Dengan demikian, penonton sinetron keagamaan di televisi bukanlah dari masyarakat kalangan bawah sebagaimana yang ditemukan oleh Abelman (1987) dalam penelitiannya di Amerika Serikat. Tetapi lebih banyak dari kalangan masyarakat yang mempunyai pekerjaan dan penghasilan tetap, dan ekonomi yang relatif stabil.

Sinetron keagamaan yang paling banyak disukai masyarakat untuk menontonnya ialah Rahasia Ilahi yang disiarkan pada stasiun Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) dan Pintu Hidayah yang disiarkan pada stasiun Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI).

Karena kedua sinetron keagamaan ini menawarkan kisah-kisah yang amat menarik dan spektakuler, sehingga disukai oleh para penontonnya.

Kemudian berdasarkan hasil pengujian terhadap tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat. Tingkat signifikansi hubungan itu mencapai 0,01. Dengan demikian dapat diprediksikan bahwa orang yang sering menonton sinetron keagamaan di televisi, pengamalan agamanya juga relatif lebih baik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya termasuk dengan hasil penelitian Abelman yang menemukan bahwa ciri orang yang sering menonton siaran keagamaan itu adalah orang yang lebih kuat pengamalan agamanya.

Terdapat juga hubungan yang signifikan dan positif di antara lama menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat. Tingkat signifikansi hubungan ini juga mencapai 0,01. Dengan demikian, semakin lama seseorang menonton sinetron keagamaan di televisi, maka pengamalan agamanya cenderung semakin baik.

Demikian juga terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat pada level signifikansi 0,01.

Dengan demikian, semakin baik pola menonton sinetron keagamaan seseorang, maka pengamalan agamanya juga cenderung akan semakin baik.

4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan sebelumnya, maka dapatlah disimpulkan bahwa :

1. Sinetron keagamaan ditayangkan pada hampir setiap stasiun televisi. Waktu penayarnya pada umumnya adalah pukul jam 18.00 - 21.30 WIB, dan ada juga yang ditayangkan pada pagi dan sore hari antara jam 08.00 - 11.30 WIB. Hal ini menunjukkan bahwa sinetron keagamaan juga telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Selain itu, sinetron keagamaan juga telah menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sinetron keagamaan telah menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia.
2. Masyarakat pada umumnya sangat menyukai sinetron keagamaan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penonton yang sangat banyak. Selain itu, sinetron keagamaan juga telah menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sinetron keagamaan telah menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia.
3. Pengamalan nilai-nilai keagamaan yang terkandung dalam sinetron keagamaan sangat penting bagi masyarakat Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penonton yang sangat banyak. Selain itu, sinetron keagamaan juga telah menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sinetron keagamaan telah menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A: Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan sebelumnya, maka dapatlah disimpulkan bahwa :

1. Sinetron keagamaan disiarkan pada hampir setiap stasiun televisi. Waktu penyiarannya pada umumnya adalah antara jam 18.00 = 21.30 Wib, dan ada juga yang disiarkan pada pagi dan siang hari antara jam 08.00 = 13.30 Wib. Hari penyiaran sinetron keagamaan juga amat bervariasi mulai dari hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jum'at dan Minggu. Lama siaran sinetron keagamaan adalah antara 60 = 120 menit, yang semuanya diselingi dengan berbagai jenis iklan komersial. Tema sinetron keagamaan juga amat beragam.
2. Masyarakat pada umumnya menonton sinetron keagamaan di televisi terutama pada malam dan sore hari. Mereka umumnya menonton bersama anggota keluarga. Tujuan menonton mereka amat beragam, dan yang paling utama adalah untuk menambah pengetahuan agama dan mendekatkan diri kepada Tuhan.
3. Pengamalan salat masyarakat yang paling baik adalah salat magrib, sedangkan salat fardu lainnya kadang-kadang masih tertinggal (tidak salat). Kemudian masih ada 22,4 % yang

tidak pernah membaca Alqur'an dalam satu minggu terakhir ketika pengumpulan data lapangan. Mereka pada umumnya ada bersedekah dalam bentuk uang, makanan dan minuman.

4. Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton, lama menonton dan pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat. Dengan demikian, semakin sering, semakin lama dan semakin baik pola menonton sinetron keagamaan seseorang, maka pengamalan agamanya juga cenderung akan semakin baik.

B. Saran-Saran

1. Disarankan kepada pengelola sinetron keagamaan di televisi agar memperbanyak penyiaran sinetron keagamaan, sebab kenyataannya masih tetap diminati masyarakat untuk menontonnya, dan ternyata terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton, lama menonton dan pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat.
2. Disarankan kepada pemirsa sinetron keagamaan di televisi agar dapat menjadikan sinetron tersebut sebagai bahan perbandingan dan sebagai iktibar yang dapat menumbuhkan kesadaran diri untuk berbuat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abelman, R. 'Religious Television Uses and Gratifications'. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 31 (3): 293-307, 1987.
- Alexander, A., Wartella, E., dan Brown, D. Estimates of Children's Television Viewing by Mother and Child. *Journal of Broadcasting* 25 (3): 243-252.
- Anderson, J.A. dan Meyer. *Mediated Communication: A Social Action Perspective*. California: Sage Publication.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. *Medan Dalam Angka, medan In Figures*. Kerjasama BPS dengan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Medan, 2004.
- Blumler, J.G. 'The Social Character of Media Gratifications'. Dalam Rosengren, K.E., Wenver, L.A., & Palmgreen, P. *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills, C.A : Sage, 1985.
- Buddenbaum, J.M. 'Characteristic and Media-related Needs of the Audience for Religious TV'. *Journalism Quarterly* 58: 266-272, 1981.
- Chu, G.C., Alfian dan Schramm, W. *Social Impact of Satellite Television in Rural Indonesia*. Singapore: AMIC.
- Eastman, S.T. 'Uses of Television Viewing and Consumer Life Styles: A Multivariate Analysis'. *Journal of Broadcasting* 23: 491-500, 1979.

- Elliot, W.A. dan Quattlebaum, C.P. Similarities in Pattern of Media Use: A Cluster Analysis of Media Gratifications. *Western Journal of Speech Communication* 43: 61-72, 1979.
- Fetler, M. Television Viewing and School Achievement. *Journal of Communication* 34 (3): 104-118, 1984.
- Gaddy, G.D., & Pritchard, D. 'When Watching Religious TV is Like Attending Church': *Journal of Communication* 35 (1): 123-131, 1985.
- Greenberg. *Gratification of Television Viewing and Their Correlates for British Children*. Beverly Hills, C.A: Sage, 1974.
- Gross, L.S dan Walsh, R.P. Factors Affecting Parental Control Over Children's Television Viewing: A Pilot Study. *Journal of Broadcasting* 24 (3): 411-419, 1980.
- Herzog, H. *What do We Really Know About Daytime Serial Listeners?* New York: Duell, Sloan and Pearce, 1944.
- Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Johnstone, J.W. *Social Integration and Mass Media Use Among Adolescents: A Case Study*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- Katz, E., Blumler, G. & Gurevitch, M. 'Uses of Mass Communication by Individual'. Dalam Davison, W.P. & Yu, F. *Mass Communications Research: Major Issues and Future Directions*. New York: Praeger Publisher, 1974.
- Klapper, J.T. *The Effect of Mass Communication*. New York: The Free Press, 1961.

- Littlejohn, S.W. *Theories of Human Communication*. California: Wadsworth Publishing Company, 1989.
- McQuail, D. & Windahl, S. *Communication Models for the Study of Mass Communication*. London: Longman, 1981.
- McLeod dan Becker. *The Uses and Gratifications Approach*. Newbury Park: Sage, 1981.
- Mingguan *Bintang* No. 774, Tahun XV, Minggu Ketiga Pebruari 2006. 'Acara TV Sepekan'. Hal: 14-16.
- Muchtar, R. *Effects of Television on North Sulawesi Village Community*. Honolulu: Hawaii, 1976.
- Mutz, D.C., Roberts, D.F., dan Viwren, D.V. Reconsidering the Displacement Hypothesis Television's Influence on Children's Time Use. *Journal of Communication Research* 20 (1): 51-75, 1993.
- Neuman, W. L. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitatif Approaches*. Boston: Allyn and Bacon, 1997.
- Persatuan Pengguna Pulau Pinang. *Kesan-kesan Keganasan TV Ke Atas Kanak-Kanak Malaysia*. Pulau Pinang: Sun Printers, 1983.
- Shanon Ahmad dan Ellias Zakaria. *Rancangan Corak Islam (RCI) di TV Malaysia*. Penang: USM.
- Signorielli, N dan Lears, M. Children, Television and Conception About Chores: Attitudes and Behaviors. *Journal of Sex-roles* 27 (3-4): 157-170, 1992.

Winn, M. Plug-in Drug Television, Children's Responses to Television and Advertising: *Journal of Advertising* 12 (1): 12-18, 1983.

Zuckerman, D.M., Singer, D.G., dan Singer, J.L. Television Viewing, Children's Reading and Related Classroom Behavior: *Journal of Communication* 30 (1): 166-173, 1980.

Zulkiple Abd. Ghani. *Pemiaran Islam: Konsep, Model dan Program*. Al-mau'izoh 6: 21-32. Bangi: FPI, UKM, 1998.

Lampiran I:

ANGKET

Petunjuk :

1. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan apa yang Saudara lakukan selama ini dengan cara memberikan tanda silang (X) pada jawaban Saudara, dan isilah pertanyaan yang belum ditentukan jawabannya.
2. Jawaban Saudara sangat dirahasiakan, dan tidak mengandung benar dan salah. Yang diutamakan adalah kejujuran Saudara menjawab pertanyaan

Pertanyaan nomor 01 = 08 adalah tentang pola menonton televisi Saudara. Tolong dijawab apa adanya:

1. Berapa jamkah Saudara rata-rata menonton televisi setiap hari dalam satu minggu terakhir ?
 a. kurang 1 jam, b. 1-2 jam, c. $\geq 2-3$ jam,
 d. ≥ 3 jam, e. tidak menonton sama sekali
2. Berapa lama Saudara menonton siaran keagamaan di televisi rata-rata setiap hari dalam satu minggu terakhir ?
 a. tidak menonton, b. 1-15 menit, c. 16-30 menit,
 d. 31-45 menit, e. 46-60 menit, f. ≥ 60 menit

Apakah Saudara menonton siaran keagamaan di televisi pada waktu-waktu berikut ini ?

3. Subuh

4. Pagi

Selalu	Sekali	Tidak
	Sekali	Pernah
==	==	==
==	==	==

5. Siang

6. Sore

7. Malam

8. Dengan siapakah Saudara biasanya menonton siaran agama di televisi ?

a. tidak menonton, b. sendirian,
c. dengan anggota keluarga, d. dengan teman

Pertanyaan nomor 09 = 18 berkaitan dengan tujuan Saudara menonton siaran keagamaan di televisi. Tolong dinyatakan apakah Saudara Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu Ragu (RR), Tidak Setuju (TS) atau Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap pernyataan berikut.

9. Sekedar mengisi waktu kosong

10. Menambah pengetahuan agama

11. Mendekatkan diri kepada Tuhan

12. Menenteramkan batin

13. Memotivasi anggota keluarga lainnya

14. Agar nampak warak atau alim

15. Menghibur diri

16. Menghilangkan suntuk

17. Tertarik dengan ustaz/ustazah

	SS	S	RR	TS	STS
9. Sekedar mengisi waktu kosong	==	==	==	==	==
10. Menambah pengetahuan agama	==	==	==	==	==
11. Mendekatkan diri kepada Tuhan	==	==	==	==	==
12. Menenteramkan batin	==	==	==	==	==
13. Memotivasi anggota keluarga lainnya	==	==	==	==	==
14. Agar nampak warak atau alim	==	==	==	==	==
15. Menghibur diri	==	==	==	==	==
16. Menghilangkan suntuk	==	==	==	==	==
17. Tertarik dengan ustaz/ustazah	==	==	==	==	==

18. Tidak ada siaran lain yang lebih menarik

Pertanyaan nomor 19 = 23 menyangkut dengan pelaksanaan salat fardu Saudara dalam satu minggu terakhir. Tolong dinyatakan secara sejujur apakah Saudara Tetap Salat, Selalu Salat, Sekali-sekali Salat, atau Tidak Pernah Salat.

	Tetap Salat	Selalu Salat	Sekali- Salat	Tdk Pernah Salat
19. Subuh	=====	=====	=====	=====
20. Zuhur	=====	=====	=====	=====
21. Asyar	=====	=====	=====	=====
22. Magrib	=====	=====	=====	=====
23. Isya	=====	=====	=====	=====

24. Berapa lama Saudara rata-rata membaca Alqur'an setiap hari/malam dalam satu minggu terakhir?
 a. tidak ada membaca, b. 1-15 menit, c. 16-30 menit,
 d. 31-45 menit, e. 46-60 menit, f. > 60 menit

Pertanyaan nomor 25 = 29 berkaitan dengan kegiatan bersedekah dalam satu bulan terakhir. Tolong Saudara jawab dengan jujur.

	Selalu	Sekali- Sekali	Tidak Pernah
25. Dalam bentuk makanan	=====	=====	=====
26. Dalam bentuk minuman	=====	=====	=====
27. Dalam bentuk uang	=====	=====	=====

28. Dalam bentuk pakaian _____
29. Dalam bentuk benda lain yg bermanfaat _____
30. Secara umum bagaimanakah kecenderungan rasa hormat Saudara kepada yang lebih tua ?
 a. sangat hormat, b. hormat, c. netral,
 d. tidak hormat, e. sangat tidak hormat
31. Secara umum bagaimanakah kecenderungan rasa kasih sayang Saudara kepada yang lebih muda ?
 a. sangat sayang, b. sayang, c. netral,
 d. tidak sayang, e. sangat tidak sayang
32. Jenis kelamin Saudara : a. Laki-laki, b. Perempuan
33. Suku : a. Jawa, b. Batak, c. Mandailing,
 d. Melayu, e. Padang, f.
34. Usia sekarang : tahun
35. Pendidikan terakhir :
36. Pekerjaan tetap :

TERIMAKASIH

[illegible]

Lampiran III: Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis 1 :

'Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara frekuensi menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengalaman agama masyarakat'

Correlations		Frekuensi nonton siaran agama	Pengalaman agama
Frekuensi nonton siaran agama	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 . 183	.203** .006 183
Pengalaman agama	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.203** .006 183	1 . 183

** : Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hipotesis 2:

'Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara lama menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat'

Correlations

		Lama nonton siaran agama	Pengamalan agama
Lama nonton siaran agama	Pearson Correlation	1	.195**
	Sig. (2-tailed)		.008
	N	183	183
Pengamalan agama	Pearson Correlation	.195**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	183	183

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hipotesis 3:

'Terdapat hubungan yang signifikan dan positif di antara pola menonton sinetron keagamaan di televisi dengan pengamalan agama masyarakat'

Correlations

		Pola menonton siaran agama	Pengamalan agama
Pola menonton siaran agama	Pearson Correlation	1	.251**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	183	183
Pengamalan agama	Pearson Correlation	.251**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	183	183

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

